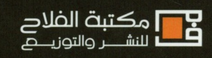
ليلى أحمد جرار



الفيسبوك
والشباب العربي





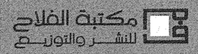

الفيسبوك
والشباب العربي

رقم الإيداع لدى دائرة المكتبة الوطنية
823/2/2012

الفيسبوك
والشباب العربي

تأليف

ليلى أحمد جرار



الطبعة الأولى 1433هـ 2012م



Al- Falah Books
For Publishing And Distribution
Kuwait, UAE, Egypt, Jordan

دولة الكويت
حولي، شارع بيروت، عمارة الأطباء
هاتف 1985 2264 فاكس 7784 2264 00965
ص.ب 4848 الصفاة 13049 الكويت

دولة الإمارات العربية المتحدة
العين: ص.ب 16431 هاتف 2189 766 فاكس 7901 765 3 00971
دبي: ص.ب 20438 هاتف 0618 263 فاكس 0628 263 4 00971

جمهورية مصر العربية
37 شارع النصر، امتداد رمسيس 2 ، مقابل وزارة المالية، مدينة نصر، القاهرة
هاتف 8143 2262 فاكس 6587 2263 02 002
e-mail: alfalah.cairo@gmail.com

المملكة الأردنية الهاشمية
دار حنين للنشر والتوزيع
العبدلي، مقابل البنك العربي، عمارة الددو
هاتف 5611 569 فاكس 1208 568 6 00962
ص.ب 927385 عمان 11190 الأردن
e-mail: dar.honin@gmail.com

الإخراج والإشراف الفني وتصميم الغلاف: محمد أيوب

الشكر والتقدير

أولا.. أشكر العلي القدير أن أحاطني بعدد وافر من الكرماء المعطائين.. فالحمد لله رب العالمين..

كما أشكر شقيقتي.. نفية على كل ما قدمته من مساعدة ومساندة لي ولعائلتي.

وشكرا لراشد الطاهر.. إبن شقيقتي على الدعم المعنوي الذي طالما قدمه لي.. وأشكر أيضا إبناي.. مضر وعمر.. فقد دفعا ثمنا لإنشغالي عنهما في البحث والكتابة.

وشكر كبير لزميلي.. محمد حمدان.. الذي ضحى في الكثير من أوقاته ليقدم لي المعونة والمساندة، فكان مثالا نموذجيا للزملاء الرائعين.

الإهـــــــــداء

أهدي كـتـابي هـذا لشـخـصين عـزيـزين على قـلبي. . وقريبين من نفسي. .

فكيف لي أن أغفل من زرعت بداخلي الصبر والعزيمة وحب التحدي. . عندما أخبرتني أن طريق العلم صعب وعر. . ومكنتني من تمهيد وعورة طريقي، بعلمها وحنانها وحزمها. . وحرضتني على البحث والبحث والبحث، عندما أخبرتني أن فوق كل ذي علم عليم. . فإلى من علمتني أن لا قيمة للعلم إن لم يكن حامله. . إنسان. . إلى أستاذتي الفاضلة الأستاذة الدكتورة حميدة سميسم. . أهدي هذا الكتاب. .

كـمـا لا يمكن أن أنسى. .من وقف إلى جانبي. . ساعدني، ودعمني، وشد من أزري. . وآمن بقدراتي. . وقدرها. . وطوقني بتفهمه وتضحياته. . وعلمني. . أن الحياة عطاء، وأن المحبة. . طريق للبناء، وأن الاحترام. . شموخ وكبرياء، وأن المشاركة. . فعل لا إدعاء، أهدي هذا الكتاب إلى زياد ياسين. . زوجي. . وأبو مضر. . وعمر

المحتويـــات

الفصل الثاني

موقع (الفيس بوك)

الفصل الثالث

الشباب والأسرة

الفصل الرابع

نظرية الاستخدامات في تفسير الإقبال على الفيس بوك

الفصل الخامس

علاقة المشاركة بموقع الفيس بوك باتجاهات الشباب نحو العلاقات الأسرية

(دراسة ميدانية في المملكة الأردنية الهاشمية)

الفصل السادس

التوصيات

المراجع

المقدمـــة

(الفيس بوك). . هذا الطوفان الجامح الذي اجتاح العالم بنعومة فاقت رقة الحرير، وسرعة سبقت الضوء، وقوة قهرت الفولاذ، وحمل على أكتافه كل تناقض سمعنا أم لم نسمع به، ولم يثقله حمله، فصنع تناقضات جديدة شغل العالم بها حتى كاد أن يشله.

ذلك أن عصرنا الحاضر يشهد من التطورات الديناميكية المتسارعة والمتتالية في تكنولوجيا الاتصال والمعلومات، ما يحتم علينا إن لم نقبل بدور المتلقين فقط، أن نقوم بدراسة الظواهر المستجدة بما يتلاءم وخصوصيات مجتمعاتنا، بعيدا عن نهجنا الذي تعودناه من إغماض الأعين عن السلبيات وعدم النظر إليها، فلم يعد أمامنا أن نصدق مجددا أن ما لا نراه هو غير موجود، فلنواجه واقعنا بموضوعية وجدية. . نضع أيدينا على السلبيات والإيجابيات. . ندرس الظواهر ونحللها. . نعالج السلبي وندعم الإيجابي.

ولعل من أبرز الظواهر التي نعيشها الآن؛ إقبال الشباب على الاشتراك في موقع **(الفيس بوك)**، وقضاؤهم أوقاتا طويلة نسبيا أمام شاشات الكمبيوتر وهم يتصفحون هذا الموقع تحديدا، الأمر الذي يجعل منها ظاهرة بحاجة للدراسة والتمحيص، فقد أصبح الشاب يلحظ غياب مشاركة صديق له في الجهة الأخرى من العالم عن الموقع، ولا يلحظ غياب أخيه في البيت.

كمـا أصبح من الجلي في عصرنا الحـاضر أن الأسرة تأثرت وواجهت تحديات جسيمة أدت إلى تغيير مهامها ووظائفها والعلاقات بين أفرادها، نتيجة للعديد من العوامل والمؤثرات التي تتعرض لها مجتمعاتنا، ومن أهمها: التقدم التكنولوجي والصناعي، وسرعة الاتصالات والتفجر المعرفي، وظهور أنماط جديدة من القيم والاتجاهات والمبادئ في المجالات الاقتصادية، والاجتماعية، وما تبعها.. كل ذلك ساهم بشكل أو بآخر في اضطراب الحياة الأسرية، مما نتج عنه مشكلات نفسية وأسرية، انعكست على المجتمع عامة. (السفاسفة، 2003، ص42).

فهنالك خشية حقيقية من أن تتراجع قيم الإنتماء والولاء لدى الشباب فيفرغ مفهوم الهوية من أركانه الرئيسية؛ الدين، اللغة، القيم، التراث، التاريخ، وحينئذ يعاني المجتمع من فتور وتلاشي أواصر المحبة بين أعضائه، ويتراجع التماسك الاجتماعي، وتتبدد القيم الحافزة على النهوض الثقافي والاجتماعي، والخوف أن هذه الأعراض بدأت تتفشى بين الشباب (العتيبي والضبع وإبراهيم، 2009، ص9).

وبالنظر إلى شح الدراسات العربية العلمية المعنية بتأثير وسائل الإعلام - بشكل عام- ووسائل الإعلام الجديد على وجه الخصوص، وموقع **(الفيس بوك)** تحديدا، نجد المهتمين بهذا المجال يعتمدون في تحليلاتهم وقياساتهم على الدراسات الأجنبية التي لا ننكر أنها تزخر بمعلومات غنية وقيمة في مجال دراسات تأثير وسائل الإعلام، لكن المنطق والواقع يشيران إلى أنه لا يجوز الاعتداد كليا فيها مهما بلغت جودتها ودقتها العلمية، خصوصا في مجال تعميم جميع نتائجها على مجتمعنا العربي الذي يحمل من الخصوصية ما يحول دون ذلك التعميم، خصوصا وأن هنالك مؤشرات تدل على بعض التباين في التعامل مع **(الفيس بوك)** في مجتمعاتنا العربية قياسا بالغرب.

على سبيل المثال وجد أن النسبة الأكبر لمستخدمي (الفيس بوك) في منطقة الشرق الأوسط وشمال إفريقيا هي من الذكور، الأمر الذي يتناقض مع الأرقام الدولية، فهناك 37٪ فقط من المستخدمات النساء لموقع (فيس بوك) في الشرق الأوسط مقارنة مع نسبة تصل لحد 56٪ في الولايات المتحدة الأمريكية ونسبة 52٪ في المملكة المتحدة (البوابة العربية للأخبار التقنية، 24/ 5/ 2010).

وانطلاقا من ذلك فقد تم استشعار حاجة المجتمع العربي إلى وجود دراسات في هذا المجال، بحيث تظهر نتائجها الواقع المحلي الذي تعيشه هذه المجتمعات، للخروج بنتائج وتوصيات مناسبة تفي بالمتطلبات الحقيقية للمجتمع العربي.

من هنا فقد انصب اهتمام هذا الكتاب على البحث في مشاركة الشباب بموقع (الفيس بوك) وعلاقته باتجاهاتهم نحو علاقاتهم الأسرية، على اعتبار أن طبيعة علاقة الشاب بأسرته تعتبر من أهم المؤشرات على طبيعة تفاعله مع مجتمعه الحقيقي، ولكون الأسرة أحد أهم الركائز الأساسية لتوارث الذاتية الثقافية للشعوب واستمرارها.

حيث يؤمل لهذا الكتاب أن يضيف للمكتبة العربية معلومات جديدة حول موقع (الفيس بوك) الاجتماعي، وتأثيرة على علاقة الشباب في أسرهم، ويقدم فائدة في معرفة بعض الحقائق لمن يطلع عليها من صناع القرار الإعلامي في بلادنا العربية.

الفصل الأول

الإنترنت والمواقع الإجتماعية

مقدمة

المبحث الأول: الإنترنت

المبحث الثاني: المواقع الاجتماعية



الفصل الأول

الإنترنت والمواقع الاجتماعية

مقدمة

يشهد عالمنا اليوم تطورا هائلا في مجالي المعلومات وتكنولوجيا الاتصال، الأمر الذي مكن التكنولوجيا من تمهيد الطريق وإسقاط الحواجز والحدود الجغرافية أمام ثورة هائلة من المعلومات المتمثلة بانفجار معرفي لم تشهد له البشرية مثيلا، فأصبحت السيادة الأقوى لمن يمتلك هذه المجالات، بحيث يمكنه السيطرة والسيادة بما لديه من فكر وكوادر بشرية واعية وقادرة، وأيضا بما يملكه من إمكانيات وتقنيات حديثة، وبهذا تبوأت ثورتا المعلومات وتكنولوجيا الاتصالات الصدارة من حيث الأهمية في مجال المنجزات الحضارية التي توصل إليها الانسان في عصرنا لتعتبر واحدة من أهم المحطات والنقلات النوعية التي حققها الإنسان على مر العصور في مجال التطور البشري.

حيث يصف أحمد فضل شبلول عضو إتحاد كتاب الإنترنت العرب ما نعيشه الآن بأنه لحظات فارقة بين عصرين من عصور النشر، هما النشر الورقي والنشر الإلكتروني، ويشبه هذه اللحظات باللحظات الفارقة التي عاشتها البشرية من قبل، عندما اخترع جوتنبرج الطباعة في العام 1456م (نقلا عن منصور ويوسف، 2011، ص18).

وبالطبع كان يمكن لهذا الإنجاز أن يكون أداة تستمتع بثمارها البشرية وتستخدمها لزيادة قدراتها المعرفية والإبداعية، لكن الواقع لم يأت بهذه

الإشراقة المنتظرة، حيث شابه الكثير من السلبيات التي تكاد تغرق أغلبية البشر في مخاطرها، حيث أصبح باديا للعيان أن هذه التكنولوجيا تقود البشرية -في كثير من الأحيان- إلى ثقافة أحادية ضيقة يتم من خلالها فرض نمط واحد من التفكير، ولغة واحدة على البشر وتقليل التنوع في الفكر الإنساني، الأمر الذي يحمل بطياته الكثير من الأخطار على البشرية (صالح، 2005، ص21-25).

وضمن السياق ذاته يبين مكي أنه: "لا يجوز إغفال خطورة الحقيقة المتمثلة في محاولات وسائل الإعلام للتأثير على تشكيل وتغيير الاتجاهات، فلوسائل الإعلام القدرة على تغيير الاتجاهات غير المرغوبة تجاه أحداث معينة، وتثبيت تلك المرغوبة" (مكي، 2005، ص121).

وجاء الإنترنت ليتربع على رأس نواتج تطور تكنولوجيا الاتصال والمعلومات، نظرا لما يقدمه من خدمات متعددة وشاملة لمختلف الشرائح والأوساط، حيث أن استخدام الإنترنت لم يعد أمرا اختياريا في المجمل، بل أصبح واقعا فرضه التطور الذي يشهده النظام العالمي الجديد وحتمية أقرتها العولمة.

ولم يعد أمام أحد من مجال لإنكار أن الإنترنت غير من سلوك وحياة الأفراد والجماعات وعلى أكثر من صعيد، ذلك أن الفضاء متعدد الخدمات الذي يتيحه الإنترنت أضحى مصدرا للمعلومات بدون منازع، على الأقل من ناحية كم المعلومات المتداولة والتسهيلات الخاصة بإسترجاعها (الداخلي، 2009، ص48).

المبحث الأول

الإنترنت

تعريفه - أهميته - خصائصه - انتشاره

تعريف الإنترنت

عرف الكتاب الصادر عن برنامج التنمية للأمم المتحدة عام 1994 الإنترنت على أنه شبكة إتصالات دولية، تتألف من مجموعة من شبكات الحواسيب (United Nations، 1994).

فهو نظام ووسيلة اتصال من الشبكات الحاسوبية يصل ما بين حواسيب حول العالم ببروتوكولات موحدة، حيث يربط الإنترنت ما بين ملايين الشبكات الخاصة والعامة في المؤسسات الأكاديمية والحكومية ومؤسسات الأعمال، ويتباين في نطاقه ما بين المحلي والعالمي، ويتصل بتقنيات مختلفة، من الأسلاك النحاسية والألياف البصرية والوصلات اللاسلكية، كما تتباين تلك الشبكات في بنيتها الداخلية تقنيا وإداريا، إذ تدار كل منها بمعزل عن الأخرى لامركزيا ولا تعتمد أيا منها في تشغيلها على الأخريات.

ولا بد هنا من الإشارة إلى أن الإنترنت لا يخضع لأي دولة أو جهة معينة، فتنظيمه لا يتم عن طريق إصدار قوانين حكومات أو دول، وإنما تعمل شبكة الإنترنت وفقا لمجموعة من القواعد المتفق عليها والمعروفة باسم البروتوكولات (الداخلي، 2009، ص50).

نشأة الإنترنت

في عام 1950 وأثناء ما أطلق عليه (الحرب الباردة) بين الولايات المتحدة الأمريكية والاتحاد السوفييتي ساور القلق وزارة الدفاع الأمريكية من قيام حروب نووية تقضي على نظام الاتصالات المحرك لكل الأعمال، الأمر الذي

طرح سؤالاً عن كيفية ضمان واستمرار الاتصال في حال قيام هذه الحرب، وكانت الإجابة تكوين شبكة اتصالات لا مركزية إذا دمرت أحداها فإنها تستمر في العمل وهذه الشبكة هي الإنترنت.

وبهذا تكون شبكة الإنترنت قد تأسست في الولايات المتحدة الامريكية لاغراض عسكرية في بداية ستينيات القرن الماضي كمشروع خاص بوزارة الدفاع الامريكية باسم (أربانت)، حدث هذا حين قام مهندسو جامعة كاليفورنيا بمدينة لوس أنجلوس الأمريكية ومركز ستانفورد للبحوث في يوم 29 تشرين أول من عام 1969 بإرسال أول معلومات بينهما ، وقد أطلق على الشبكة هذا الاسم (أربانت) لأن مركز البحوث المتقدمة (Advanced Research Projects Agency) التابع لوزارة الدفاع الأمريكية "اربا" هو الذي أطلق هذا المشروع، فكانت هذه التسمية تعني شبكة أربا، ويشار إلى أن إنشاء هذا المركز "اربا" كان قد جاء كرد على إطلاق الاتحاد السوفييتي أول قمر صناعي (Sputnik).

ويمكن تقسيم مراحل تطور الإنترنت إلى أربعة مراحل أساسية هي:

المرحلة الأولى (مرحلة الأهداف العسكرية): بدأت عام 1961 حين تم إنشاء مجموعة شبكات متداخلة لربط الوحدات العسكرية وضمان استمرارية الاتصال بينها بأكثر من طريقة، فكانت شبكة الإنترنت آنذاك ذات أهداف عسكرية.

المرحلة الثانية (مرحلة الأهداف العلمية): في العام 1972 تم ربط الجامعات والمراكز البحثية بمجموعة شبكات متداخلة فيما بينها. بعد أن تخلت وزارة الدفاع الأمريكية عن احتكار الشبكة لصالح الجامعات. وأصبحت ذات هدف علمي.

المرحلة الثالثة (مرحلة الأهداف التجارية): في عام 1984 بدأت الشركات التجارية في استخدام الشبكة بهدف تقديم الخدمات وعرض السلع التجارية والدعاية والإعلان، بحيث تحول الهدف من توسعة هذه الشبكة على نطاق عالمي إلى هدف تجاري.

المرحلة الرابعة (مرحلة الأهداف المتعددة): بدأت هذه المرحلة عام 1992 حين تم اعتماد الشبكة العالمية الإنترنت من قبل معظم دول العالم كوسيلة مثلى لبناء مراكز المعلومات وربط شبكات الحاسوب واعتمادها وسيلة لبناء الحكومات الإلكترونية والتجارة الإلكترونية العالمية بحيث تحول الإنترنت إلى شبكة عالمية هي الأضخم وذات أهداف وغايات متعددة.

وقد استخدم مصطلح الانترنت أول مرة عام 1983 فالانترنت (Internet) في اللغة الانكليزية "عبارة مشتقة من (International Network) أي الشبكة العالمية، وتعني لغوياً الترابط بين الشبكات".

أهم الأحداث في مسيرة الإنترنت

لقد مر هذا الإختراع صاحب الأثر الكبير على البشرية بعدد من الأحداث حتى وصل إلى ما وصل إليه الآن، الجدول رقم (1) يبين أهم هذه الأحداث:

السنة	الحـــــدث
1957	تم تأسيس مركز البحوث المتقدمة في وزارة الدفاع الأمريكية (ARPA)، وكانت مهمته الأولى هي الاهتمام بتطوير العلوم خلال فترة الحرب الباردة.
1962	اقترح بول باران (Poul Baran) وهو باحث أمريكي يعمل في شركة (RAND) الحكومية، نظاماً لربط الحواسيب مع بعضها في الولايات المتحدة كافة، من خلال شبكة لا مركزية إذا دمر بعضها، فإنها تستمر في اتصالاتها.
1968	وافقت وزارة الدفاع الأمريكية على دعم هذا الاقتراح من خلال وكالة مشاريع الأبحاث المتقدمة أربا (ARBA)، حيث قدمت هذه الوكالة التسهيلات للباحثين، لتطوير العلم، ولتشجيع من خلال تطبيق أفكارهم على الحواسيب بدلاً من النقاشات النظرية.
1969	أسست وكالة (ARBA) شبكة اربانيت (ARPANET)، ووضعت أول أربعة نقاط اتصال لشبكة "أربانيت" في مواقع أربع جامعات أمريكية هي جامعة كاليفورنيا في لوس أنجلوس، ومعهد أبحاث ستانفورد، وجامعة كاليفورنيا في سانتاباربارا، وجامعة اوتا.

الحـــدث	السنة
ظهر البريد الإلكتروني (E-mail) والذي طوره راي توملينسون (Ray Tomlinson) وظهر كذلك أول عرض عام لشبكة "أربانيت" في مؤتمر العاصمة واشنطن بعنوان العالم يريد أن يتصل.	1972
إضافة النرويج وإنجلترا إلى الشبكة.	1973
الإعلان عن تفاصيل بروتوكول التحكم بالنقل.	1974
أصبحت شركات الكمبيوتر تبتدع مواقع خاصة بها على الإنترنت.	1977
ظهر النيوزنت (USENT) وهو إحدى وسائل الإنترنت المتخصص بالأخبار، ويضم مجموعات الأخبار (News Groups)	1979
ظهور البروتوكول .TCP/IP	1982
تم تقسيم (ARPANET) إلى جزئان (ARPANET) بغرض الاستخدامات المدنية و MILNET للاستخدامات العسكرية.	1983
أصبح البروتوكول TCP/IP معيارياً لشبكة " أربانيت".	1983
أخذت مؤسسة العلوم الأمريكية NSF على عاتقها مسئولية "أربانيت"، قدمت نظام أعطاء أسماء لأجهزة الكمبيوتر الموصولة بالشبكة وأسمته .Domain Name System (DNS)	1984
أول شركة كمبيوتر تسجل ملكية " إنترنت" خاصة بها.	1985
- أنشئت شبكة مؤسسة العلوم الوطنية شبكتها الأسرع (NSFNET) وهي اختصار إلى (National Science Foundation Net Work) -ظهر بروتوكول نقل الأخبار الشبكية Network News Transfer Protocol جاعلا أندية النقاش التفاعلي المباشر أمرا ممكنا. - تبنت إحدى شركات الكمبيوتر أول جدار حماية لشبكة الإنترنت واستحوذت هذه الشبكة على دور (ARPANET) لتصبح البنية التحتية للإنترنت، وهي شبكة حكومية تربط المؤسسات التعليمية.	1986
تم إنشاء الشبكة العنكبوتية العالمية www وهو اختصار لعبارة (World Wide Web).	1989
توقفت اربانيت (ARPANET) عن العمل وحلت محلها الإنترنت.	1990
قدمت جامعة مينيسوتا الأمريكية برنامج "غوفر" Gopher وهو برنامج لاسترجاع المعلومات من الأجهزة الخادمة في الشبكة اضافة الى ظهور أنظمة البحث مثل وايس (WAIS)	1991
مؤسسة الأبحاث الفيزيائية العالمية CERN في سويسرا، تقدم شيفرة النص المترابط Hypertext المبدأ البرمجي الذي أدى إلى تطوير الشبكة العالمية .www	1992

السنة	الحـــــدث
1993	تم إصدار أول برنامج مستعرض شبكة "موزاييك" MOSAIC، وهو برنامج يستخدم للتصفح في صفحات www الوب. ثم تبعه آخرون مثل برنامج "نتسكيب" وبرنامج "مايكروسوفت".
1995	- اتصل بشبكة الإنترنت ستة ملايين جهاز خادم 50.000 شبكة. - أطلقت إحدى شركات الكمبيوتر برنامج البحث في الشبكة العالمية.
1996	- أصبحت كلمتي "إنترنت" و"وب" كلمات متداولة عبر العالم. - واصبح هناك عدد من مزودي خدمة الإنترنيت يقدمون خدماتهم. - ظهرت برامج تجول متاحة في الأسواق مثل نت سكيب (Net Scape) وكشاف الشبكة (Internet Explorer)
1997	ظهور الجيل المقبل للإنترنت Next Generation Internet (NGI)، بهدف مضاعفة سرعة الإنترنت حوالي 1000 مرة، وعمل في هذا المشروع كل من وكالة ناسا (NASA) وداربا (DARPA) ومؤسسة (NSF) إضافة إلى وزارة الطاقة الأمريكية Department of Energy.
1999	ظهر الجيل الثاني من الويب (Internet 2)، الهدف منه تسريع ونشر تطبيقات وخدمات الإنترنت.
2003	تم استخدام ويب 2.0، وهو ببساطة (تطبيقات معتمدة على الشبكة العالمية) تحمل عددا من الخصائص التي تميزها عن ويب 1.0.

أهمية الإنترنت

لقد اعتبر علماء الإعلام والاجتماع اختراع الإنترنت بأنه قفزة نوعية، وطفرة تاريخية في مجال وسائل الاتصال، تصل أهميتها عند البعض إلى حد مقارنتها بالقفزة التي أحدثها اختراع الطباعة، ويستندون بذلك إلى التأثيرات التي أحدثها في بنية المجتمعات الإنسانية من جانب، وتأسيسه لنظام معلوماتي عالمي جديد يساهم في حفظ المعلومات، وصناعتها، وإستدعائها من جانب آخر، فأضحى للإنترنت اليوم آثارا اجتماعية وثقافية واقتصادية وسياسية تكاد تشمل كل بقاع العالم، مما أدى إلى تغيير المفاهيم التقليدية لعدة مجالات مثل العمل والتعليم والتجارة وبروز شكل آخر لمجتمع المعلومات (الدليمي، 2010، ص2-3).

أهم خصائص ومميزات الإنترنت:

يعد الإنترنت أحدث التقنيات الاتصالية التي عرفها العالم خلال العقدين الماضيين، حيث استطاع بما يمتلكه من خصائص وسمات اتصالية وتقنية متميزة، أن يقلب المفاهيم المكانية والزمانية للإنتاج والتطبيقات الإعلامية في العالم، فأتاح لمستخدميه الاختيار بحرية لما يريدونه من خدمات إتصالية تتلائم وحاجاتهم، ووضع بين أيديهم ثروة معلوماتية واتصالية لم تشهد لها البشرية مثيلا من قبله.

ويمكن أيجاز أهم الخصائص التي ميزت الإنترنت بما يلي:

1. التفاعلية:

يقصد بالإعلام التفاعلي: مجموعه من الخصائص أو الوسائط أو الخدمات الملحقة بأي وسيلة إعلامية مطبوعة أو مرئية أو الكترونية تتيح للجمهور أن يتفاعل معها عبر المشاركه بابداء رأيه.

ولا يعتبر تفاعل الجمهور أمرا جديدا على الإعلام، فقد كان موجودا في صفحات القراء في الصحف والمطبوعات، ومشاركات الجمهور في البرامج التلفزيونية والإذاعية، ومداخلات الحضور في قاعات المحاضرات والندوات وغيرها. لكن ما ميز الإنترنت تحديدا هو أنه نجح بتقديم شكل جديد من أشكال التواصل البشري الثنائي الاتجاه غير الخاضع للرقابة، فيسر سبل التفاعل ونقل الملفات وتبادل الرسائل بين الأفراد والمجموعات من مختلف دول العالم، وتحول بذلك الجمهور من مجرد مستهلك للمادة الإعلامية إلى شريك نشط في صناعة هذه المادة.

وبهذا فلم يعد "رجع الصدى" أمرا عصيا على القياس كشأنه في باقي وسائل الاتصال الجماهيري، وسمح لمستخدمه بالتحكم في عملية عرض ما يريده، وتحديد ما الذي يستعرضه ومتى يستعرضه (نصر، 2003، ص55). فحتى الأخبار الصحفية التي يقدمها صحفيون محترفين - والتي كانت فرص التفاعل

فيها شبه معدومة - لم تعد مستثناة من خاصية التفاعلية، فقد بات متاحا أمام الجمهور أن يعلق على الخبر أو القصة الخبرية، وأن يضيفوا معلومات جديدة، وأن يقيموا المادة الإخبارية وينشروا آراءهم حولها (صالح، 2009، ص243).

2. تعدد الوسائط:

إن تعدد الوسائط من الإمكانيات والمميزات الرئيسية في الإنترنت، فهي التي أتاحت توظيف النصوص والجداول والرسوم البيانية والصور الثابتة واللون والحركة والرسوم المتحركة، والصوت والفيديو بأساليب مندمجة ومتكاملة.

ذلك أن الاستخدام السليم لهذه للإمكانيات في استخدام الوسائط المتعددة التي يوفرها الإنترنت يحقق فائدة عظيمة، لأنه يساعد على تقديم محتوى مميز ومؤثر ليتلائم مع احتياجات واهتمامات مستخدمي الإنترنت، كما يكتسب استخدام عناصر الوسائط المتعددة مثل: الصور المتحركة، والثابتة، والأصوات، والمؤثرات السمعية والبصرية خاصية ترتبط بدور العناصر المرئية في تسهيل متطلبات العرض للوسائل المختلفة، حيث تسهم الصورة والألوان في تقليل الجهود التي يتعين أن يبذلها المستخدم لتلقي الرسائل المتضمنة في هذا النمط من الاتصال، كما تسهم الأصوات التي تستخدم في عرض المضامين السمعية المختلفة سواء كانت أحداثا، أو كلمات، أو أعمال موسيقية، أو تمثيلية في دعم هذه المضامين من خلال إضافة بعض الأبعاد التأثيرية الجديدة.

ولا يقتصر الأمر على هذا الحد، بل إن المضامين المطروحة قابلة للتجديد، والتطوير، والابتكار، وتوليد الأفكار.

ومن خلال هذه الإمكانيات أصبح متاحا تقديم النص والصوت والصورة والفيديو، والخدمات الإذاعية والتلفزيونية وصولا للبث الفضائي الحي، إضافة لتقديم التقنيات الجديدة للإعلام مثل التشات Chatting.

كما لا يمكن تجاوز الإمكانية أمام المستقبل لاستقبال هذه العناصر الخاصة بالموضوع إما على شاشات عديدة أو على شاشة واحدة منقسمة إلى أجزاء عديدة.

وبهذا فإن كل ما كان متفرقا في وسائط متعددة، صار مشتركا وموحدا في وسيط وحيد متداول ومتاح في الإنترنت.

3. التغطية الإخبارية:

وهنالك جانب آخر استطاع الإنترنت أن يتفوق من خلاله على باقي وسائل الإعلام؛ إنه التغطية الإخبارية؛ فطبيعة الإنترنت تتيح ميزات قد يصعب إدراكها في وسائل الإعلام الأخرى، ولعل أهم الميزات ما يلي:

أ - **الآنية**: مكن الإنترنت بكل سهولة ويسر نشر أي مضمون خبري حال وقوعه، أو حتى نقله أثناء وقوعه، أو بعد وقوعه بقليل، الأمر الذي أثر على شكل الوظيفة الإخبارية في باقي وسائل الإعلام، ووضعها أمام تحد ومنافسة من نوع جديد، الوضع الذي فرض عليها أن تبحث عن وسائل وأساليب جديدة وتبتكر طرقا مختلفة ومميزة في تقديم أخبارها حتى تحافظ على وظيفتها الإخبارية.

ب - **سعة التغطية الإخبارية**: استطاع الإنترنت بهذا الجانب أن يتفوق حتى على الفضائيات الإخبارية المتخصصة، ذلك ان نقل الفضائيات الآني يبقى محدودا لإرتباطه بتواجد المندوب الإخباري وفريق عمله في موقع الحدث، بينما يمكن لأي شخص عادي أن يقوم بنقل الحدث الذي يعايشه على الإنترنت بكل يسر.

ج - **سعة العرض**: لم يعد الجمهور أسيرا لوجهات نظر وتوجهات رئيس التحرير أو القائمين على الصحيفة أو النشرة الإخبارية، فقد أصبح بإمكان متصفح الإنترنت أن يتطلع على الخبر من وجهات نظر متعددة نظرا لإتاحة النشر للجميع، ولإمكانية وصوله إلى كل الخدمات الإخبارية عبر العالم.



حيث غدى عرض الأخبار على الإنترنت أشبة ما يكون في بانوراما واسعه لا نهاية لها.

وبالتالي فإن الإنترنت قدم خدمات جليلة للتغطية الإخبارية، فقد أوضح استطلاع أجراه مركز بيو للأبحاث أن الإنترت غير عادات استقبال الأخبار وقراءتها، وأن الكثير من المتعلمين أصبحوا يتلقون الأخبار عن طريق الإنترنت بدلا من وسائل الإعلام الأخرى التقليدية (نقلا عن صالح، 2009، ص238).

4. التحرر من الرقابة والتحكم:

إنطلاقا من الكم الهائل والمتزايد بإستمرار من المواد المتاحة على الإنترنت، ونظرا لقدرته على عبور الحدود الجغرافية والوصول الى جميع انحاء العالم، ولإمكانية إخفاء الشخصية الحقيقية للمرسل، فقد تناقصت قدرات الدول على الرقابة والتحكم في تدفق المعلومات إلى جماهيرها، في الوقت الذي لا تزال فيه أغلب وسائل الإعلام التقليدي حبيسة اماكن صدورها أو مجتمعاتها.

فقد أصبحت الرقابة على وسائل الإعلام خروجا عن إطار الزمن، فما لا تسمح الحكومات بنشرة وإذاعته، يتم نشره على الإنترنت، وبهذا لا يعود أمام هذه الحكومات إلا أن تتراجع عن نطاق سيطرتها على باقي وسائل الإعلام، لأن سيطرتها أصبحت لا تنجح في حجبها أو تحكمها في المعلومة، طالما أن هنالك مجال خارج السيطرة سيقوم بنشرها، بل إن سياسة الإخفاء والحجب أصبحت تشكل لها إحراجا من نوع جديد، فإضافة لتسرب المعلومات التي لا تريدها، تنهال عليها الإنتقادات لمحاولتها الإخفاء أو التحريف، وبهذا فيمكن القول عن الإنترنت بأنه مثلما نافس وسائل الاعلام التقليدية ووضعها أمام تحد صعب، فإنه قدم لها - وخصوصا في الأنظمة الشمولية - مزيداً من الحرية.

وإذا حاولنا قراءة الواقع العربي في هذا الإطار، يمكن ملاحظة أن الإنترنت نجح في اختراق التضييق الشديد على الحريات واستطاع أن يتجاوز الرقابة، وأن يضع الحقائق أمام القراء، كما وربط بين أبناء الدول العربية في

مختلف المهاجر، وأتاح المجال أمام الجميع لتداول القضايا الوطنية، ومناقشتها، بل معايشة ما يحدث في أرض الوطن لحظة بلحظة.

5. توفير قاعدة هائلة من المعلومات:

لقد تفوق الإنترنت بجدارة في جانب إعطاء المتصفح مادة أرشيفية هائلة، يمكن الرجوع إليها بكل سهولة ويسر، وبما لا يمكن إتاحته في وسيلة إعلامية أخرى، هذا بالإضافة إلى نشر محتوى الصحف المطبوعة على صفحاته، وبث المواضيع الإذاعية على مواقعه، وعرض البرامج التلفزيونية من خلاله (اللبان وعبد المقصود، 2008، ص259-269).

6. سعة الإنتشار:

ولقد أدت المميزات والخصائص المذكورة وغيرها إلى سرعة انتشاره، وزيادة مستخدميه بصورة تفوق أعداد مستخدمي أية وسيلة إعلامية أخرى، فقد احتاج الإنترنت إلى أربع سنوات فقط ليصل إلى خمسين مليون مستخدم، في حين أن تقنية الهاتف وصلت إلى نفس العدد خلال 74 سنة، واحتاج التلفزيون إلى 13 سنة ليحصل على النتيجة ذاتها (المهداوي، 2007، ص27).

ولعل الأمر الأكثر تميزا، والذي انفرد به الإنترنت بين وسائل الإعلام الأخرى في مجال سعة إنتشاره وزيادة عدد مستخدميه، تلك العلاقة الطردية بين عدد المستخدمين، وتوسعه وغناه بالمعلومات، فكلما زاد عدد المستخدمين، زاد مخزونه المعلوماتي بالنظر إلى ما يضيفه المستخدمون من معلومات، فهو الوسيلة الإعلامية الوحيدة تقريبا التي تنمو بنيتها الداخلية بزيادة عدد جمهوره.

إن سرعة وحجم انتشار الإنترنت في العالم، وقدرته على اختصار المسافات وتجاوز الحدود الزمانية والمكانية واختراق القارات والدول دون رقابة أوموانع أو رسوم، بل وبشكل فوري، ورخيص التكاليف، جعل فكرة - ماكلوهان - في أن العالم أصبح - قرية صغيرة - بفعل تكنولوجيا الإعلام

والاتصال الحديثة، لم تعد كافية لتوصيف الواقع الاجتماعي، لأن العالم أصبح بمثابة عمارة ضخمة على حد تعبير "ريتشارد بلاك"، بل يذهب آخرون إلى اختزال العالم بأكمله في شاشة؛ قد تكون شاشة كمبيوتر أو هاتف نقال (البريدي، 2010، ص19).

كل تلك المميزات وغيرها استطاع الإنترنت تقديمها بتكاليف مالية وإدارية ومكانية منخفضة نسبيا (الدليمي، 2010، ص27-38)، .

وكنتيجة منطقية للخصائص التي يحملها الإنترنت، والإنتشار الواسع له، فإن عدد من المختصين باتوا يرون فيه تحد كبير وتهديد خطير على باقي وسائل الإعلام، وخصوصا على الصحافة اليومية المطبوعة، بسبب تميز مواقعه بسرعة نقل الأخبار عموما، والأخبار المحلية خصوصا، إضافة لطرحه قضايا وموضوعات حساسة لا تجرؤ معظم الصحف الورقية في مجتمعاتنا على نشرها خوفا من الرقابة (المشيخي، 2008، ص481).

انتشار الإنترنت في الدول العربية:

طبقا لإحصائيات قدمها موقع (Internet World Stats) يلاحظ أن الدول الخليجية تحتل المراتب الأولى في نسب استخدام الإنترنت، حيث تتصدر البحرين جميع الدول العربية في نسبة مستخدمي الإنترنت فيها، حيث بلغت نسبة المستخدمين 88٪ من عدد السكان، وتحتل السعودية المرتبة السادسة بين الدول العربية، والمرتبة الأخيرة بين دول الخليج العربي 38.1%، يليها في المرتبة السابعة تونس لتحتل صدارة دول المغرب العربي 34٪، أما الأردن فتتصدر دول بلاد الشام، وتحتل المرتبة التاسعة بين الدول العربية 27.2% وتحتل مصر المرتبة الحادية عشرة 21.2%، أما الصومال فتحتل المرتبة الأخيرة بين الدول العربية 1٪، وبهذا تبلغ نسبة مستخدمي الإنترنت في الوطن العربي 19.5% من مجمل عدد سكانه (Internet World Stats)، والجدول رقم (1) يوضح بالتفصيل إنتشار الإنترنت في جميع الدول العربية.

جدول رقم (2)

أعداد المشتركين في الإنترنت ونسبتهم المئوية بالنسبة لعدد السكان في الدول العربية(*)، مرتبة من النسب الأكبر إلى الأصغر

تاريخ المعلومات	نسبة مستخدمي الإنترنت	عدد مستخدمي الإنترنت	عدد السكان	المساحة كم مربع	الرمز	إسم الدولة
June/2010	%88.0	649,300	738,004	694	BH	1. البحرين
June/2010	%75.9	3,777,900	4,975,593	77,700	AE	2. الإمارات العربية
Dec/2010	%60.9	512,080	840,926	11,521	QA	3. قطر
June/2010	%41.7	1,236,700	2,967,717	309,500	OM	4. عمان
June/2010	%39.4	1,100,000	2,789,132	17,818	KW	5. الكويت
June/2010	%38.1	9,800,000	25,731,776	2,149,690	SA	6. السعودية
Mar/2010	%34.0	3,600,000	10,589,025	163,610	TN	7. تونس
Dec/2009	%33.0	10,442,500	31,627,428	6,600,000	MA	8. المغرب
June/2010	%27.2	1,741,900	6,407,085	89,342	JO	9. الأردن
June/2010	%24.2	1,000,000	4,125,247	10,452	LB	10. لبنان
Feb/2010	%21.2	17,060,000	80,471,869	1,001,450	EG	11. مصر
Dec/2010	%20.3	509,960	2,514,845	6,242	PS	12. فلسطين المحتلة
June/2010	%17.7	3,935,000	22,198,110	185,180	SY	13. سوريا
June/2010	%13.6	4,700,000	34,586,184	2,381,741	DZ	14. الجزائر
Sept/2009	%10.0	4,200,000	41,980,182	2,505,810	SD	15. السودان
Dec/2010	%10.0	2,349,000	23,495,361	528,076	YE	16. اليمن
June/2010	%5.5	353,900	6,461,454	1,777,060	LY	17. ليبيا
June/2010	%3.5	25,900	740,528	23,200	DJ	18. جيبوتي
June/2010	%3.1	24,300	773,407	1,862	KM	19. جزر القمر
June/2010	%2.3	75,000	3,205,060	1,035,000	MR	20. موريتانيا
Dec/2010	%1.9	562,400	29,671,605	434,128	IQ	21. العراق
June/2010	%1.0	106,000	10,112,453	637,657	SO	22. الصومال
	%19.5	67,761,840	347,002,99	19947733	BH	المجموع

(*) تمت الاستعانة بموقع Internet World Stats



أكثر مواقع الإنترنت شعبية في الدول العربية:

طبقا لإحصائيات قدمها موقع (aiexa) يلاحظ أنه إذا استثنينا الدول الخليجية وسوريا واليمن فإن الموقع الأكثر استخداما في الدول العربية هو موقع (الفيس بوك)، في حين أن موقع جوجل هو الموقع الأكثر إستخداما في جميع دول الخليج العربي وسوريا واليمن، كما يلاحظ أن ثالث أكثر الموقع استخداما في الدول العربية هو موقع اليوتيوب، حيث جاء إما في المرتبة الثانية أو الثالثة في جميع الدول العربية، باستثناء دولة الإمارات العربية المتحدة وسوريا ولبنان، حيث لم يندرج هذا الموقع ضمن أكثر ثلاثة مواقع استخداما في كل منها.

جدول رقم (3)

أكثر ثلاثة مواقع شعبية في الدول العربية خلال شهر أيلول (*) 2011.

إسم الدولة	الموقع الأكثر استخداما	ثاني أكثر المواقع استخداما	ثالث أكثر المواقع استخداما
الأردن	فيس بوك (Facebook)	جوجل الأردن	يوتيوب (YouTube)
الإمارات العربية	جوجل العالمي	فيس بوك (Facebook)	ياهو (Yahoo)
البحرين	جوجل البحرين	فيس بوك (Facebook)	يوتيوب (YouTube)
تونس	فيس بوك (Facebook)	يوتيوب (YouTube)	يوتيوب (YouTube)
الجزائر	فيس بوك (Facebook)	جوجل تونس	يوتيوب (YouTube)
السعودية	جوجل السعودية	جوجل العالمي	فيس بوك (Facebook)
السودان	فيس بوك (Facebook)	جوجل السعودية	يوتيوب (YouTube)
سوريا	جوجل العالمي	جوجل العالمي	وندوز لايف (Windows Live)
العراق	فيس بوك (Facebook)	فيس بوك (Facebook)	يوتيوب (YouTube)
عمان	جوجل العالمية	جوجل العراق	فيس بوك (Facebook)
فلسطين المحتلة	فيس بوك (Facebook)	يوتيوب (YouTube)	يوتيوب (YouTube)
قطر	جوجل قطر	فيس بوك (Facebook)	يوتيوب (YouTube)
الكويت	جوجل الكويت	يوتيوب (YouTube)	فيس بوك (Facebook)
لبنان	فيس بوك (Facebook)	جوجل العالمية	جوجل لبنان
ليبيا	فيس بوك (Facebook)	جوجل العالمية	يوتيوب (YouTube)
مصر	فيس بوك (Facebook)	جوجل مصر	يوتيوب (YouTube)
المغرب	فيس بوك (Facebook)	جوجل المغرب	يوتيوب (YouTube)
موريتانيا	فيس بوك (Facebook)	جوجل العالمية	يوتيوب (YouTube)
اليمن	جوجل العالمي	فيس بوك (Facebook)	يوتيوب (YouTube)

(*) تمت الاستعانة بموقع alexa



المبحث الثاني

المواقع الاجتماعية

ماهيتها - نشأتها - أنواعها - خصائصها - انتشارها

ماهية المواقع الاجتماعية

تعتبر المواقع الاجتماعية؛ منظومة من الشبكات الالكترونيّة عبر الإنترنت، تتيح للمشترك فيها إنشاء موقع خاص فيه، ومن ثم ربطه من خلال نظام اجتماعي إلكتروني مع أعضاء آخرين لديهم نفس الاهتمامات والهوايات، أو جمعه مع أصدقاء الجامعة أو الثانوية أو غير ذلك (الشهري، 2008، ص6).

وهو مصطلح يطلق على مجموعة من المواقع على شبكة الإنترنت ظهرت مع الجيل الثاني للويب، أو ما يعرف باسم ويب 0.2، الذي يتيح التواصل بين الأفراد في بيئة مجتمع افتراضي يجمعهم حسب مجموعات اهتمام أو شبكات انتماء (بلد ، جامعة ، مدرسة ، شركة ... إلخ) كل هذا يتم عن طريق خدمات التواصل المباشر مثل إرسال الرسائل أو الاطلاع على الملفات الشخصية للآخرين ومعرفة أخبارهم ومعلوماتهم التي يتيحونها للعرض (الدراب، 2010).

وقد عرف حمادة المجتمعات الإفتراضية على أنها تجمعات اجتماعية تظهر عبر شبكة الإنترنت تشكلت في ضوء ثورة الاتصالات الحديثة، تجمع بين ذوي الاهتمامات المشتركة، بحيث يتواصلون فيما بينهم ويشعرون كأنهم في مجمع حقيقي (حمادة، 2001، ص34).

أما زايد فيرى أنها تجمعات اجتماعية تظهر عبر شبكة الإنترنت عندما يدخل عدد كاف من الناس في مناقشات عبر فترة كافية من الزمن، يجمع بينهم شعور إنساني كاف، بحيث يشكلون مواقع للعلاقات الشخصية عبر الفضاء الإلكتروني (زايد، 2003، ص61).

تصنّف مواقع الشبكات الاجتماعية ضمن مواقع الويب 0.2، لأنها بالدرجة الأولى تعتمد على مستخدميها في تشغيلها وتغذية محتوياتها، كما تتنوّع أشكال تلك الشبكات الاجتماعية وأهدافها، فبعضها عام يهدف إلى التواصل العام وتكوين الصداقات حول العالم، وبعضها الآخر يتمحور حول تكوين شبكات اجتماعية في نطاق محدد ومنحصر في مجال معين، مثل شبكات المحترفين وشبكات المصورين ومصممي الجرافكس.

وتقوم الفكرة الرئيسية للشبكات الاجتماعية على جمع بيانات الأعضاء المشتركين في الموقع ويتم نشر هذه البيانات بشكل علني حتى يتجمع الأعضاء ذوي المصالح المشتركة والذين يبحثون عن ملفات أو صور... الخ، أي أنها شبكة مواقع فعالة تعمل على تسهيل الحياة الاجتماعية بين مجموعة من المعارف والأصدقاء، كما تمكن الأصدقاء القدامى من الاتصال ببعضهم البعض وبعد طول سنوات تمكنهم أيضا من التواصل المرئي والصوتي وتبادل الصور وغيرها من الإمكانات التي توطد العلاقة الاجتماعية بينهم (عادل وعبدالعال، 2009).

نشأة المواقع الاجتماعية

بدأت مجموعة من المواقع الاجتماعية في الظهور في أواخر التسعينيات مثل (كلاس ميتس Classmates.com) عام 1995 للربط بين زملاء الدراسة، وموقع (سكس دجريزس SixDegrees.com) عام 1997، حيث ركز الموقع الأخير على الروابط المباشرة بين الأشخاص، وكانت تقوم فكرته أساسا على فكرة بسيطة، يطلق عليها - الدرجات الست للانفصال - أي الافتراض أن أي شخص في العالم لا تفصله عن الآخر أكثر من ست درجات (أو أشخاص)، ويمكن التوصل إلى أي شخص في الدنيا عن طريق هؤلاء الأشخاص الستة، فظهرت في تلك المواقع الملفات الشخصية للمستخدمين وخدمة إرسال الرسائل الخاصة لمجموعة من الأصدقاء، إلا أن هذا النوع من

المواقع الالكترونية لم يلق رواجا في ذلك الوقت على الرغم من توفير تلك المواقع لخدمات مشابهة لما هو موجود في المواقع الاجتماعية الحالية، فهي لم تستطع أن تدر ربحا لمالكيها وتم إغلاقها، وبعد ذلك وخلال الفترة من 1999-2001 ظهرت مجموعة من المواقع الاجتماعية الأخرى التي كان لها نصيب من سبقها في عدم تحقيق النجاح، فلاقت ذات المصير وتوقفت (عبدالله، 2010، ص 123).

وفي السنوات اللاحقة ظهرت بعض المحاولات الأخرى لكن الميلاد الفعلي للشبكات الاجتماعية كما نعرفها اليوم كان مع بداية العام 2002، حيث ظهر موقع (فرندر Friendster) الذي حقق نجاحا دفع (جوجل) إلى محاولة شرائه سنة 2003، لكن لم يتم التوافق على شروط الاستحواذ، وفي النصف الثاني من نفس العام ظهر في فرنسا موقع (سكاي روك skyrock) كمنصة للتدوين، ثم تحول بشكل كامل إلى شبكة اجتماعية سنة 2007، وقد استطاع موقع (سكاي روك) تحقيق انتشار واسع ليصل في يناير 2008، إلى المركز السابع في ترتيب المواقع الاجتماعية وفقا لعدد المشتركين (عبدالله، م.س، ص123-124).

ومع بداية عام 2005 ظهر موقع (ماي سبيس) الأميركي الشهير الذي تفوق على (جوجل) في عدد مشاهدات صفحاته، ويعتبر موقع (ماي سبيس) من أوائل الشبكات الاجتماعية وأكبرها على مستوى العالم ومعه منافسه الشهير (فيس بوك) والذي كان قد بدأ في الانتشار المتوازي مع (ماي سبيس)، حتى قام (فيس بوك) في عام 2007 بإتاحة تكوين التطبيقات للمطورين وهذا أدى إلى زيادة أعداد مستخدمي (فيس بوك) بشكل كبير، وعلى مستوى العالم، ونجح بالتفوق على منافسه اللدود (ماي سبيس) عام 2008 (Ellison and Boyd، 2008، ص32).

أنواع المواقع الاجتماعية

وهناك الآلاف من المواقع الاجتماعية التي تعمل على الصعيد العالمي، منها المواقع الصغيرة التي طرحت لتناسب القطاعات المهمشة في مجتمعاتها، ومنها المواقع المتوسطة التي تخدم وحده جغرافية لمجتمع معين، وهنالك بعض المواقع الضخمة التي تصل خدماتها لأرجاء العالم كافة، ومن هذه المواقع ما يستخدم واجهه استخدام بسيطة، بينما البعض الآخر قد يبدو أكثر جرأة في استخدام التكنولوجيا الحديثة والقدرات الإبداعية، ويمكن تقسيم المواقع الاجتماعية وفق ما يلي (wikipedia):

- **نوع أساسي**: وهذا النوع يتكون من ملفات شخصية للمستخدمين وخدمات عامة مثل المراسلات الشخصية، ومشاركة الصور والملفات الصوتية والمرئية والروابط والنصوص والمعلومات بناء على تصنيفات محددة، مرتبطة بالدراسة أو العمل أو النطاق الجغرافي مثل مواقع (فيس بوك) وماي سبيس وهاي فايف.
- **نوع مرتبط بالعمل**: وهو من أنواع المواقع الاجتماعية الهامة، وهي تربط أصدقاء العمل وأصحاب الأعمال والشركات بشكل احترافي، وتتضمن ملفات شخصية للمستخدمين تحوي سيرتهم الذاتية وما قاموا به في سنوات دراستهم وعملهم ومن عملوا معهم .
- **مميزات إضافية**: هناك بعض المواقع الاجتماعية توفر مميزات أخرى، مثل التدوين المصغر Micro Blogging مثل موقع تويتر وبلارك والشبكات الجغرافية مثل موقع برايت كايت (BrightKite).
- **المواقع العربية**: من أشهر المواقع الاجتماعية العربية موقع عربيز (3rbeze)، حيث تم إنشاؤه في فبراير2009، وكان مخصصا للعرب في ألمانيا فقط، لكنه انتشر بسرعة بين الدول العربية، والجدير بالذكر أن هناك مواقع

اجتماعية عربية أخرى، لكن عددا كبيرا منها فقدت السيطرة على محتواها، فلا يوجد فيها رقابة على جودة المعروض داخلها، كصور وملفات مخلة بالآداب العامة.

- **المواقع الاجتماعية والأعمال:** لا تتوقف الشبكات الاجتماعية فقط عند الربط بين الأصدقاء والأشخاص، بل هناك شبكات تجمع رجال الأعمال وأصحاب الشركات والعاملين بها، والمثال الأشهر على ذلك موقع لينكد إن (Linkedin)، الذي جمع أكثر من 20 مليون مشترك، وأكثر من 150 حرفة مختلفة.

خصائص المواقع الاجتماعية

تشترك المواقع الاجتماعية في خصائص أساسية، بينما تتمايز بعضها عن الأخرى بمميزات تفرضها طبيعة الشبكة ومستخدميها، وأبرز الخصائص المتوفرة في هذه المواقع ما يلي:

- **الملفات الشخصية أو الصفحات الشخصية (Profile Page):** ومن خلال الملفات الشخصية يمكن التعرف على اسم الشخص، ومعرفة المعلومات الأساسية عنه كالجنس، وتاريخ الميلاد، والبلد، والاهتمامات، والصور الشخصية، بالإضافة إلى غيرها من المعلومات، ويعد الملف الشخصي بوابة الدخول لعالم الشخص، فمن خلال الصفحة الرئيسية للملف الشخصي يمكن مشاهدة نشاط الشخص مؤخرا، ومعرفة من هم أصدقاءه، وما هي الصور الجديدة التي وضعها، إلى غير ذلك من النشاطات.

- **الأصدقاء/ العلاقات (Friends/Connections):** وهم بمثابة الأشخاص الذين يتعرف عليهم الشخص لغرض معين، حيث تطلق المواقع الاجتماعية مسمى "صديق" على الشخص المضاف لقائمة الأصدقاء، بينما تطلق بعض المواقع الاجتماعية الخاصة بالمحترفين مسمى "اتصال أو علاقة" (Contact) على الشخص المضاف للقائمة.

- **إرسال الرسائل**: تتيح هذه الخاصية إمكانية إرسال رسائل مباشرة للشخص، سواء كان في قائمة الأصدقاء أم لم يكن.
- **ألبومات الصور** Albums: تتيح الشبكات الاجتماعية لمستخدميها إنشاء عدد لا نهائي من الألبومات ورفع مئات الصور عليها، وإتاحة مشاركة هذه الصور مع الأصدقاء للاطلاع والتعليق عليها.
- **المجموعات** (Groups): تتيح كثير من المواقع الاجتماعية خاصية إنشاء مجموعة اهتمام، حيث يمكن إنشاء مجموعة بمسمى معين وأهداف محددة، ويوفر الموقع الاجتماعي لمالك المجموعة والمنضمين إليها مساحة أشبه ما تكون بمنتدى حوار مصغر وألبوم صور مصغر، كما تتيح خاصية تنسيق الاجتماعات عن طريق ما يعرف بـ Events أو الأحداث ودعوة أعضاء تلك المجموعة له، وتحديد عدد الحاضرين والغائبين.
- **الصفحات** (Pages): ابتدع هذه الفكرة موقع (الفيس بوك)، واستخدمها تجاريا بطريقة فعّالة، حيث يعمل حاليا على إنشاء حملات إعلانية موجّهة، تتيح لأصحاب المنتجات التجارية أو الفعاليات توجيه صفحاتهم وإظهارها لفئة يحددونها من المستخدمين، ويقوم (الفيس بوك) باستقطاع مبلغ عن كل نقرة يتم الوصول لها من قبل أي مستخدم قام بالنقر على الإعلان، إذ تقوم فكرة الصفحات على إنشاء صفحة يتم فيها وضع معلومات عن المنتج أو الشخصية أو الحدث، ويقوم المستخدمون بعد ذلك بتصفح تلك الصفحات عن طريق تقسيمات محددة، ثم إن وجدوا اهتماما بتلك الصفحة يقومون بإضافتها إلى ملفهم الشخصي.

أكثر المواقع الاجتماعية شعبية

جدول رقم (4)

أكثر عشر مواقع اجتماعية شعبية، تم حساب "عدد المتصفحين" بناء على عدد المتصفحين خلال شهر تموز 2011(*)

إسم الموقع		عدد المتصفحين
الفيس بوك	Facebook	650,000,000
تويتر	Twitter	180,000,000
لينكيدن	Linkedln	100,000,000
ماي سبيس	Myspace	80,500,000
ننج	Ning	60,000,000
تاجد	Tagged	25,000,000
أوركت	Orkut	15,500,000
هاي فايف	Hi5	11,500,000
ماي يير بوك	Myyearbook	7,450,000
ميتب	Meetup	7,200,000

المواقع الاجتماعية والويب 2.0

تعتبر الشبكة الاجتماعية Web2.0 هي التطور الطبيعي لشبكة الإنترنت، حيث أن شبكة الإنترنت في بادئ الأمر اعتمدت على العلاقات الفردية بين الفرد والشبكة من نقل ملفات وتراسل بيانات وغير ذلك، ولكن بتطور التكنولوجيا تطورت شبكة الإنترنت، بحيث أصبحت العلاقة ثنائية بمعنى يمكن لأكثر من فرد التعامل والتفاعل مع الشبكة من حيث نقل البيانات والصور والملفات وغير ذلك، وبالتالي خلق هذا التطور نوعا من التفاعلية والمشاركة الاجتماعية الإلكترونية والتي مكنت من خلق حياة اجتماعية كاملة من خلال شبكة الإنترنت.

(*) (eBizMBA، 2011/7/1)

ماهية الويب 2.0

يعتبر مصطلح Web 2.0 من أهم المصطلحات التي يطرحها قطاع المعلوماتية، وظهر هذا المصطلح بالتحديد في مؤتمر تطوير الويب في عام 2003 في مدينة سان فرانسيسكو، وأقيم بين شركتي Oreilly وشركة Media Live International وذكر هذا المصطلح لأول مرة على لسان نائب رئيس شركة "Reilly" وهو (Dale Dougherty Wing، 2006).

وكان الهدف من هذا المؤتمر هو وضع تصور جديد للشبكة، وتقسيم مواقع الإنترنت إلى مواقع ويب 1.0 ومواقع ويب 2.0 على أساس الخدمات والتطبيقات والتكنولوجيات التي تقدمها مواقع الإنترنت، وبهذا يتضح بأن الويب 2.0 هي عبارة عن مجموعة من الخدمات التي تقدمها المواقع، وليست تقنية واحدة أو خدمة واحدة، وبالفعل قام المشاركون في المؤتمر بتقسيم المواقع ووضع نماذج لمواقع الويب 1.0، ونماذج لمواقع الويب 2.0، كما تم وضع معايير لتحديد ما إذا كان الموقع هو من مواقع الويب 1.0، أو مواقع الويب 2.0، كما تم وضع الفروق بين مواقع الويب 1.0 و مواقع الويب 2.0، وكان هذا هو الهدف من المؤتمر، وبعد الانتهاء من هذا المؤتمر أخذ هذا المصطلح في الرواج و التنقل بين مستخدمي الإنترنت ولكن بطريقة غامضة، ولم يكن له أطر محددة، ذلك أن المؤتمر لم يستطع تقديم تعريف محدد عن الويب 2.0 وخدماتها وتطبيقاتها، وإلى الآن لم يأخذ هذا المصطلح شكلا مقننا محددا، ولم يستطع أي باحث وضع تعريف محدد للويب 2.0، فكانت كل تعريفاته عبارة عن تعريفات إجرائية حسب تصور واجتهادات بحثية من جانب الباحثين (اللبان وعبد المقصود، م.س، ص267-269).

ويمكن تلخيص أهم الخصائص التي وفرها ويب 2.0، بما يلي:

1. اتاحة المجال أمام المستخدم لاستخدام برامج تعتمد على الموقع، وبهذا



يتمكن من امتلاك قاعدة بيناته الخاصة على الموقع، بالإضافة إلى قدرته على التحكم بها.

2. اتاحة المجال أمام المستخدم لإضافة قيم لتلك (البرنامج المعتمدة على الموقع).

3. اتاحة المجال أمام المستخدم ليعبر عن نفسه واهتماماته وثقافته.

4. تزويد المستخدم بميزات وتطبيقات مشابهة لبيئته الحاسوبية الشخصية.

5. تزويد المستخدم بأنظمة تفاعلية تسمح بمشاركته في تفاعل اجتماعي.

6. اتاحة المجال أمام المستخدم لتعديل قاعدة البيانات من خلال إضافة أو تغيير أو حذف المعلومات.

الفصل الثاني

موقع (الفيس بوك)



الفصل الثاني

موقع (الفيس بوك)

مقدمة

في نهايات القرن الماضي بدأت انطلاقة ما أطلق عليه "المواقع الاجتماعية" بالدخول إلى الإنترنت، وفي 26 سبتمبر من عام 2006، فتح موقع (الفيس بوك) الاجتماعي أبوابه أمام جميع الأفراد البالغين من العمر ثلاثة عشر عاما فأكثر والذين لديهم عنوان بريد إلكتروني صحيح، وبدأ بانتزاع الصدارة بشكل جلي أمام المواقع الاجتماعية المنافسة الأخرى مثل تويتر، وماي سبيس، ويوتيوب، وغيرها، وخلال فترة قصيرة تحول موقع (الفيس بوك) إلى ظاهرة إلكترونية تستحق الدراسة والبحث، خاصة أنه لم يعد مجرد موقع للتعارف بل اقتحم مناح عديدة من الحياة، وحقق إنتشارا منقطع النظير.

وتشهد منطقتنا على المستويين الإقليمي والمحلي إقبالا متزايدا من قبل الشباب على الاشتراك في هذا الموقع، حيث أكد تقرير أطلقته شركة (سبوت أون للعلاقات العامة) أن عدد المشتركين في خدمة الإعلام الاجتماعي، (فيس بوك)، في الشرق الأوسط وشمال إفريقيا أكثر من عدد المشتركين في الصحف التي يتم تداولها في الشرق الأوسط. إذ يرى ألكسندر مكناب، المدير في شركة سبوت أون للعلاقات العامة أن (الفيس بوك) أصبح بالنسبة للمستخدمين في الشرق الأوسط وشمال إفريقيا جزءا قيّما من حياتهم اليومية، أما كارينغتون مالين، المدير العام للشركة فقد قال في معرض حديثه

عن انتشار (الفيس بوك) في المنطقة: "لقد بدأ (الفيس بوك) ومنصات الإعلام الاجتماعي الأخرى الآن بتحديد كيفية اكتشاف الأشخاص للمعلومات وتشاركهم بها وكيفية تشكيلهم لآرائهم وتفاعلاتهم" (البوابة العربية للأخبار التقنية، 24/ 5/ 2010).

من هنا فقد لاحظ خبراء نفسيون الولع الشديد الذي حظي به هذا الموقع من قبل مستخدميه، الأمر الذي جعلهم يؤكدون أن ظاهرة إدمان استعمال (فيس بوك) بدت واضحة، وأكدوا أن هذا الولع له آثار جدية على حياة الفرد، بحيث يفقده الصلة بالواقع المعاش ويؤثر على عمله وعلاقاته بالمحيطين به. وتوضيحا لحجم المسألة، أفادت بولا بايل المعالجة النفسية للشؤون الزوجية والأسرية بولاية نورث كارولينا، أن استعمال الموقع بات وكأنه فعل قهري، يتيح لمستخدميه المجال للهرب من عالمهم إلى عالم (فيس بوك)، بحيث يقلب المشترك الموازين فينفصل رغما عنه عن العيش في عالمه الحقيقي ليعيش في عالم (الفيس بوك)، وتضيف أن المشكلة الحقيقية في الإدمان على (الفيس بوك) تظهر حينما يبدأ الفرد بإهمال عائلته، ولا يعود قادرا على الالتزام بعمله لأنه يرى في عالم (الفيس بوك) مكانا أكثر متعة لقضاء وقته مقارنة مع قضاء وقته في عالمه الحقيقي (نقلا عن Cohen,23 April 2009).

ومن خلال تلك المؤشرات فقد انصب اهتمام الكتاب على (الفيس بوك) تحديدا، كونه الموقع الأكثر جذبا للشباب العربي (أنظر جدول رقم "3")، حيث تشير الإحصاءات إلى أن موقع (الفيس بوك) يتبوأ المرتبة الأولى بين مواقع الإنترنت التي يتم الدخول إليها من قبل المستخدمين في معظم الدول العربية، ويأتي ضمن أكثر ثلاثة مواقع شعبية في جميع الدول العربية بلا استثناء (alexa، 2011).



المبحث الأول

ماهية (الفيس بوك)

نشأته - سماته - خدماته

تعريف (الفيس بوك) (Facebook?)

هو موقع إلكتروني للتواصل الاجتماعي، وقد عرف موقع ويب_أوبيديا الموقع الإلكتروني الاجتماعي على أنه التعبير المستخدم لوصف أي موقع إلكتروني يخول مستخدميه إنشاء ملفات شخصية ونشرها بشكل علني عبر ذلك الموقع وتكوين علاقات مع مشتركين آخرين على نفس الموقع يكون بإمكانهم الدخول إلى ملفاتهم الشخصية (Orgnet.com).

الإنطلاقة

انطلق (الفيس بوك) FaceBook بسرعة وقوة منقطعتي النظير، حيث استطاع التميز على المواقع الاجتماعية الأخرى بما قدمه لمشتركيه من تطبيقات متعددة وسهلة الاستخدام، فأحدث إنقلابا هائلا وساهم في قلب موازين تجلت آثارها في الآونة الأخيرة، وفكرة التطبيقات التي يقدمها (الفيس بوك)؛ تقوم على الاعتماد على الجيل الثاني من الإنترنت (ويب 0.2)، لخلق شبكة اجتماعية تمكن مجموعة من المشتركين من إيجاد علاقة دائمة من خلال الصوت والصورة والفيديو وغيرها من التطبيقات.

تطور سريع

أنشأ مارك زوكربيرج وهو طالب جامعي موقع (الفيس بوك)، وسرعان ما لاقى هذا الموقع إقبالا هائلا من قبل المشتركين، حيث بلغ عدد مشتركيه في ديسمبر من عام 2004؛ مليون مشترك، وبعد مرور عام واحد على ذلك، وصل العدد إلى أكثر من خمسة ملايين ونصف المليون مشترك، ليرتفع في

ديسمبر عام 2006 إلى 12 مليون مشترك (Facebook.com، 2008)، وسجل في عام 2007 وجود أكثر من 70 مليون شخص (Ellison & Lamp , 2007)، وفي إبريل من عام 2008، كان عدد مشتركي (الفيس بوك) يفوق 120 مليونا (Lewis & Cristakis 2008)، وفي 2009 فاق عدد أعضائه 300 مليون مشترك (Facebook.com، 2009)، وفي يوليو 2010 افتخر الموقع حين أعلن زوكربيرج مؤسسه والرئيس التنفيذي له عن وصول عدد مشتركيه لنصف مليار مشترك (الجزيرة نت، 2010)، ثم وصل عدد مشتركيه في تموز2011 إلى 650 مليون مشترك (eBizMBA، 2011).

نشأة (الفيس بوك)

انطلق موقع (الفيس بوك) في 28 أكتوبر من عام 2003، عندما قام مارك زوكربيرج وهو طالب في السنة الثانية بجامعة هارفارد الأمريكية بابتكار (الفيس ماش) مع زميليه في غرفة السكن "موسكوفيتز" و"هيوز"، حيث تم استخدام صور لطلبة المدينة الجامعية، عن طريق وضع صورتين بجانب بعضهما البعض ودعوة الطلاب المستخدمين إلى اختيار الشخص "الأكثر جاذبية".

وقد لجأ زوكربيرج إلى اختراق مناطق محمية في شبكة الحاسوب الخاصة بجامعة هارفارد، وقام بنسخ صور خاصة بالطلبة في السكن الجامعي، كي يتمكن من الحصول على تلك الصور التي وضعها في الموقع، ثم قام بتوجيه الموقع إلى العديد من وحدات الخدمة الخاصة بالحرم الجامعي، لكن ونتيجة لذلك الاختراق الذي قام فيه زوكربيرج، قامت إدارة الجامعة بإغلاق الموقع بعد بضعة أيام من انطلاقه، واتهمت زوكربيرج بخرق قانون الحماية وانتهاك حقوق التأليف والنشر، وكذلك انتهاك خصوصية الأفراد، وكانت هذه التهم كافية لطرده من الجامعة؛ ولكن تم إسقاط جميع التهم الموجهة إليه في نهاية الأمر، وفي 4 نوفمبر من عام 2004، قام زوكربيرج بتأسيس موقع (الفيس بوك) على نطاق جامعة هارفرد تحت مسمى thefacebook.com.

وكانت عضوية الموقع قاصرة في بداية الأمر على طلبة هارفارد كوليدج، أقدم كليات جامعة هارفارد، وخلال الشهر الأول من إتاحة الموقع للاستخدام، قام أكثر من نصف الطلبة الذين لم يتخرجوا بعد من الجامعة بالتسجيل في هذه الخدمة، وبعد فترة وجيزة، انضم كل من إدواردو سافرين (المدير التنفيذي للشركة) وداستين موسكوفيتز (مبرمج) وأندرو ماكولام (رسام جرافيك) وكريس هيوز إلى زوكربيرج لمساعدته في تطوير الموقع، وفي شهر مارس من عام 2004، فتح (الفيس بوك) أبوابه أمام جامعات ستانفورد وكولومبيا وييل، بعد ذلك، اتسع الموقع أكثر وفتح أبوابه أمام جميع كليات مدينة بوسطن وجامعة آيفي ليج، وشيئا فشيئا أصبح متاحا للعديد من الجامعات في كندا والولايات المتحدة الأمريكية.

وفي يونيو من عام 2004، تم نقل مقر (الفيس بوك) إلى مدينة بالو آلتو في ولاية كاليفورنيا، وقامت الشركة بإسقاط كلمة the من اسمها بعد شراء اسم النطاق facebook.com عام 2005 نظير مبلغ 200000 دولار أمريكي، كما قام (الفيس بوك) بإصدار نسخة للمدارس الثانوية في سبتمبر من عام 2005، بعد ذلك أتاح الموقع اشتراك الموظفين في العديد من الشركات، ومن بينها شركة أبل المندمجة وشركة مايكروسوفت.

ويلاحظ أنه حتى تلك المرحلة كان الاشتراك بموقع (فيس بوك) لازال غير متاح أمام الجماهير التي تستخدم الإنترنت، لكنه وفي 26 سبتمبر من عام 2006، فتح الموقع أبوابه أمام جميع الأفراد البالغين من العمر ثلاثة عشر عاما فأكثر، والذين لديهم عنوان بريد إليكتروني صحيح، ليصبح هذا التاريخ لاحقا أحد أهم التواريخ التي شكلت منعطفات أساسية في تطور مسار المواقع الاجتماعية والإنترنت.

هذا النجاح السريع واللافت الذي حققه الموقع، جعل زوكربيرج يرفض عرضا تلقاه لشراء موقعه بمبلغ مليار دولار، وقد علل زوكربيرج رفضه للعرض إلى أن قيمة موقعه أعلى بكثير من المبلغ المعروض.

وفي أكتوبر 2007، وبعد تنافس محتدم بين شركتي جوجل و ماكروسوفت، أعلنت شركة مايكروسوفت عملاقة البرمجيات الأمريكية أنها قامت بشراء حصة في (فيس بوك) بلغت 1.6٪ بقيمة 240 مليون دولار، حيث قدرت القيمة الضمنية الكلية للموقع بحوالي 15 مليار دولار، وعلى الرغم من ذلك، فإن مايكروسوفت قامت بشراء سهم مفضل يتضمن حقوقا خاصة مثل "حقوق التصفية"، وهو ما يعني أن مايكروسوفت ستتقاضى مستحقاتها قبل حملة الأسهم العادية في حالة بيع الشركة، كما أن السهم الذي قامت مايكروسوفت بشرائه يعطيها الحق في نشر الإعلانات الدولية في الولايات المتحدة وعلى المستوى الدولي على (الفيس بوك).

وفي أكتوبر من عام 2008، أعلن القائمون على إدارة (الفيس بوك) اتخاذ مدينة دبلين عاصمة إيرلندا، مقرا دوليا له.

الجدول رقم (5)

أهم تطورات موقع (الفيس بوك) في الشهر والسنة×

السنة	الشهر	الإنجاز
2004	فبراير	● انطلاقة موقع (الفيس بوك) على يد زوكربيرج وزميليه في غرفة السكن لجامعة هارفارد؛ موسكوفيتز، هيوز.
	مارس	● (الفيس بوك) يتوسع من جامعة هارفارد ليشمل، جامعات ستانفورد وكولومبيا وييل.
	يونيو	● (الفيس بوك) ينقل قاعدة عملياته إلى بالو ألتو، في ولاية كاليفورنيا.
	سبتمبر	● تمت إضافة قابلية تكوين المجموعات، وخاصية إنشاء الملف الشخصي.
	ديسمبر	● بلغ عدد المشتركين النشطين ما يقارب المليون.
2005	مايو	● رفع (الفيس بوك) رأس ماله بقدر 12.7 مليون دولار، تم دفعها من قبل أكسيل بارتنرس.
		● وسع (الفيس بوك) نطاق الاشتراك فيه ليشمل 800 جامعة.
	أغسطس	● تم تغيير إسم الشركة من "thefacebook"، إلى "facebook"
	سبتمبر	● تم توسيع نطاق الاشتراك ليضم المدارس الثانوية في الولايات المتحدة.

السنة	الشهر	الإنجـــــــاز
	أكتوبر	• تم تطوير قابلية إضافة الصور التي تمكن المستخدمين من تحميل الألبومات والصور من أجهزتهم إلى الموقع.
		• تم توسيع نطاق الاشتراك ليضم المدارس والجامعات خارج الولايات المتحدة الأمريكية
	ديسمبر	• وصل عدد المشتركين لأكثر من 5.5 مليون مشترك.
2006	إبريل	• تم رفع رأس المال إلى 5.27 دولار، من قبل بارتنرس وميريتش.
		• تم إطلاق برنامج لتصفح الموقع من خلال الموبايل.
	نوفمبر	• طرح (الفيس بوك) ميزة المساهمة عبر الأسهم، بالتزامن مع وصول عدد الشركاء إلى أكثر من عشرين شريكا.
	سبتمبر	• تم تقديم سمة News Feed أو التغذية الإخبارية التي تظهر على الصفحة الرئيسية لجميع المستخدمين.
		• فتح الموقع أبوابه لاشتراك من يرغب من الناس.
	أغسطس	• تم إطلاق خطة تطوير الموقع.
		• تمت إضافة سمة Facebook Notes أو تعليقات (الفيس بوك)، وهي سمة متعلقة بالتدوين تسمح بإضافة العلامات والصور التي يمكن تضمينها.
		• بدأت خطة التعاون بين (الفيس بوك) وماكروسوفت.
2007	ديسمبر	• عدد مشتركي الموقع زاد عن 12 مليون مشترك نشط.
	فبراير	• تمت إضافة سمة Gifts أو الهدايا.
	مارس	• زاد عدد مشتركي الموقع في كندا ليصل إلى مليوني مشترك، ومليون في المملكة المتحدة.
	إبريل	• وصل عدد المشتركين إلى 20 مليون.
	مايو	• تم إطلاق سمة Marketplace أو السوق الذي يتيح للمستخدمين نشر إعلانات مبوبة مجانية.
		• (الفيس بوك) استهل العمل مع 65 شريكا مطورا، وأكثر من 85 تطبيقا.
	أكتوبر	• وصل عدد مشتركي (الفيس بوك) إلى أكثر من 50 مليون مشترك فعال.
		• أطلق الفيسبوك نظام برامج للموبايل.
		• (الفيس بوك) ومايكروسوفت وسعا اتفاقهما، فقد اشترت مايكروسوفت سهما بقيمة 240 مليون دولار، يخول لها الحق في نشر الإعلانات الدولية على (الفيس بوك).
	نوفمبر	• تم إطلاق خاصية وصف المشاعر.

السنة	الشهر	الإنجـــــــاز
2008	يناير	● شاطر فيسبوك رعاية المناظرات الرئاسية مع اي بي سي نيوز.
	فبراير	● فيسبوك أصبح متوفرا باللغتين الاسبانية والفرنسية.
	مارس	● تم تطوير اعدادات الخصوصية بضم قائمة الاصدقاء إلى خيارات الخصوصية في نسخة (فيس بوك) الألمانية.
	ابريل	● تم إطلاق خاصية "فيسبوك الدردشة".
		● تم توفير تطبيق الترجمة إلى 21 لغة إضافية.
	يوليو	● قدم إمكانية "Facebook Beta"، وهي نسخة تجريبية من (الفيس بوك)، عبارة عن إعادة تصميم مبتكرة لواجهات الاستخدام الخاصة بمستخدميه على شبكات محددة.
		● تم دمج سمتي " "Mini-Feed"و" "Wall"، وتم فصل الملفات الشخصية إلى أجزاء ذات علامات تبويب،كما تم بذل جهد بالغ من أجل التوصل إلى شكل أكثر تنظيما.
	أغسطس	● وصل عدد المشتركين إلى أكثر من 100 مليون مشترك فعال.
	ديسمبر	● تم الإعلان عن اختبار (الفيس بوك) لطريقة جديدة في تسجيل الدخول بشكل أبسط.
2009	يناير	● عدد المشتركين في (الفيس بوك) وصل لاكثر من 150 مليون مشترك فعال.
		● تم دمج بث السي إن إن الحي مع فيسبوك.
	فبراير	● وصل عدد المشتركين إلى أكثر من 175 مليون مشترك فعال.
		● تمت إضافة ميزة "أعجبني".
	إبريل	● عدد المشتركين وصل إلى اكثر من 200 مليون مشترك فعال.
	مايو	● ديجيتال سكاي تكنولوجيز قامت بشراء اسهم مفضلة بقيمة 200 مليون دولار في (الفيس بوك) الذي تم تقدير قيمته الاجمالية بـ 10 بليون دولار.
	يونيو	● تم إطلاق خاصية استعمال اسم المستخدم "."Usernames
	يوليو	● وصل عدد المشتركين إلى أكثر من 250 مليون مشترك فعال.
	أغسطس	● فيسبوك يدخل خاصية فريند فييد "."FriendFeed
	سبتمبر	● وصل عدد المشتركين إلى أكثر من 300 مليون مشترك فعال.
	ديسمبر	● وصل عدد المشتركين لأكثر من 350 مليون مشترك فعال.
2010	فبراير	● وصل عدد المشتركين لأكثر من 400 مشترك فعال.
	يوليو	● وصل عدد المشتركين إلى 500 مليون مشترك فعال.



السمات العامة لموقع (الفيس بوك)

يتضمن (الفيس بوك) عددا من السمات التي تتيح للمستخدمين إمكانية التواصل مع بعضهم البعض، ومن بين هذه السمات سمة "Wall" أو لوحة الحائط وهي عبارة عن مساحة مخصصة في صفحة الملف الشخصي لأي مستخدم بحيث تتيح للأصدقاء إرسال الرسائل المختلفة إلى هذا المستخدم، وسمة "Pokes" أو النكزة التي تتيح للمستخدمين إرسال "نكزة" افتراضية لإثارة الانتباه إلى بعضهم البعض، وهي عبارة عن إشعار يخطر المستخدم بأن أحد الأصدقاء يقوم بالترحيب به، وسمة "Photos" أو الصور التي تمكن المستخدمين من تحميل الألبومات والصور من أجهزتهم إلى الموقع، وكذلك سمة "Status" أو الحالة التي تتيح للمستخدمين إمكانية إبلاغ أصدقائهم بأماكنهم وما يقومون به من أعمال في الوقت الحالي، ويمكن مشاهدة لوحة الحائط الخاصة بالمستخدم من قبل أي شخص يمكنه مشاهدة الملف الشخصي لهذا المستخدم وفقا لإعدادات الخصوصية.

في يوليو من عام 2007، أتاح (الفيس بوك) إمكانية إرسال رسائل مرفقة تتضمن أي شيء إلى لوحة الحائط، الذي كان مقتصرا من قبل على المحتويات النصية فقط.

كما وفر (الفيس بوك) لمستخدميه إمكانية تحميل كم هائل من الصور إلى الموقع مقارنة بالمواقع الأخرى، التي تقدم خدمات استضافة الصور مثل موقعي "فوتوباكيت" و"فليكر" الذين يحددان عدد الصور التي يسمح للمستخدم بتحميلها، كما يمكن الموقع مشتركيه من ضبط إعدادات الخصوصية للألبومات الفردية التي تخصهم، وبالتالي الحد من مجموعات المستخدمين الذين يمكنهم مشاهدة ألبوم معين، فعلى سبيل المثال، يمكن ضبط إعدادات الخصوصية لألبوم ما بحيث يتيح لأصدقاء المشترك فقط مشاهدة الألبوم، بينما يمكن ضبط

إعدادات الخصوصية في ألبوم آخر على نحو يتيح لجميع مشتركي (الفيس بوك) مشاهدة هذا الألبوم، ومن السمات الأخرى الخاصة بتطبيقات "Photos" القدرة على تسمية المشتركين في صورة ما "Tagg"، فعلى سبيل المثال، إذا كانت إحدى الصور تشتمل على أحد أصدقاء المشترك، فإنه يمكن للمشترك تسمية الصديق الموجود في هذه الصورة إو إضافة تعليق ما، وسوف يؤدي ذلك إلى إرسال تنبيه لهذا الصديق بأنه قد تم تسميته، مع تزويده برابط لمشاهدة هذه الصورة.

ويوفر الموقع سمة "Facebook Notes" أو تعليقات، وهي سمة متعلقة بالتدوين، تسمح بإضافة العلامات والصَور التي يمكن تضمينها، وتمكن المستخدمين من جلب المدونات من المواقع الأخرى التي تقدم خدمات التدوين.

وبإمكان مشتركي (الفيس بوك) التواصل مع أصدقائهم بما يشبه في أداء وظيفته برامج إرسال الرسائل الفورية الموجودة على سطح المكتب، عن طريق إتاحة تطبيق إرسال رسائل فورية إلى شبكات الاتصال باستخدام برنامج "Comet"، حيث يطلق عليه اسم "Chat 59" .

وهنالك سمة يوفرها (الفيس بوك) هي "Gifts" أو الهدايا، التي تتيح للمشتركين إرسال هدايا افتراضية إلى أصدقائهم تظهر على الملف الشخصي للمستخدم الذي يقوم باستقبال الهدية، وتكلف الهدايا 1.00 دولار لكل هدية، ويمكن إرفاق رسالة شخصية معها.

كما يستطيع مشتركو (الفيس بوك) نشر إعلانات مبوبة مجانية خاصة بهم، عبر سمة "Marketplace" أو السوق، تتم مشاهدتها من قبل مشتركي الموقع.

نظرة عامة على مكانة موقع (الفيس بوك) على الإنترنت

يحتل موقع (الفيس بوك) المرتبة الثانية بين كل المواقع الموجودة على الإنترنت، وفيما يلي أعلى عشر مواقع إلكترونية يتم تصفحها من قبل رواد الإنترنت، مرتبة من الأكثر إلى الأقل تصفحا وفقا لما جاء في موقع أليسكا (Alexa)خلال تموز 2011:

1. جوجل *Google.*
2. فيس بوك *Facebook.*
3. يوتيوب *Youtube.*
4. ياهو *Yahoo.*
5. لايف *Live.*
6. بيدو *Baidu.*
7. ويكيبيديا *Wikipedia.*
8. بلوغر *Blogger.*
9. إم. إس. إن *MSN.*
10. تينسنت *Tencent.*

يلاحظ من ترتيب أعلى المواقع التي يتم تصفحها على الإنترنت، أن موقع (الفيس بوك) جاء في المرتبة الثانية بعد موقع جوجل، ولعل في هذا مؤشر على تصدر شعبية (الفيس بوك) على مواقع الإنترنت، فمع أن حصوله على المرتبة الثانية يعتبر أمرا بحد ذاته ليس بالبسيط، ويسجل له تفوقا كبيرا، إلا أنه يمكن أن يضاف لهذه المرتبة (الثانية) ما يعطيه بشكل أو بآخر أكثر منها، ذلك أن الموقع الذي يسبقه هو موقع جوجل، ومعروف أن استخدام موقع جوجل من قبل المتصفحين يكون بهدف البحث عن معلومة أو موقع في معظم

الأحيان، هذا يعني - مع عدم الإنتقاص من أهمية جوجل وما يقدمه من خدمات متعددة- أن عددا ضخما من متصفحي هذا الموقع يدخلونه كممر لمواقع أخرى، أي أن المستخدم يتصفحه ليس كهدف قائم بحد ذاته، وإنما كوسيلة للوصول لهدف لديه، فعلى سبيل المثال، إذا أراد مستخدم ما الاطلاع على موقع عن النمور، فإنه يستخدم جوجل كمحرك بحث ليصل لغايته المتمثلة في مواقع النمور، وبالتالي لا يشكل له جوجل أكثر من ممر، هذا الأمر لا ينطبق على (الفيس بوك)، ذلك أن من يسجل الدخول إليه يصعب أن يوصف بأن هدفه ليس في الموقع نفسه، هذا التحليل قد يعطي (الفيس بوك) إنصافا أكثر أمام تفوق جوجل عليه في مجال الموقع الأكثر شعبية بين المواقع الإلكترونية على الإنترنت.

الجدول رقم (6)

الدول التي يشكل مرتادوها أعلى نسب الاشتراك في موقع (الفيس بوك) في تموز 2011(*):

الترتيب	الدولــــة	النسبة من مشتركي الفيس بوك
1	الولايات المتحدة الأمركية	%24.1
2	الهند	%7.2
3	ألمانيا	%4.6
4	المملكة المتحدة	%3.6
5	إيطاليا	%3.4
6	فرنسا	%3.3
7	المكسيك	%2.9
8	أندونيسيا	%2.5
9	البرازيل	%2.5
10	إسبانيا	%2.4

(*) وفقا لموقع ألكسا (Alexa)



المبحث الثاني

قضايا حول (الفيس بوك)

الخصوصية - التحفظات - حجبه - إدمانه

مقدمة

على الرغم من النجاحات التي حققها ويحققها موقع (الفيس بوك)، إلا أن العديد من القضايا تثار باستمرار حوله، وقد تكون قضية الخصوصية من أبرز ما يواجه هذا الموقع من إنتقاد، إذ يرى العديدون أن موقع (الفيس بوك) لا يقتصر على مجرد إتاحة الفرصة للتعارف وطرح الأفكار والتعبير عن الرأي، بل يرون أنه بات على دراية بأمور عن مستخدميه تفوق درجات تصورهم إلى حد بعيد، فهو أصبح يملك كما هائلا من المعلومات الشخصية التي يحتفظ بها عن مستخدميه في قاعدة بياناته الضخمة، وقد تزايدت تلك الإنتقادات بعد أن بدأ موقع (الفيس بوك) في طرح المعلومات المتعلقة بأعضائه علنا على محركات البحث على الانترنت مثل 'غوغل' و 'ياهو'، بهدف الدخول المبكر في السباق لبناء دليل إلكتروني عالمي يحتوي على أكبر قدر ممكن من المعلومات والتفاصيل الشخصية مثل السير الذاتية وأرقام الهواتف وغيرها من سبل الاتصال بالشخص، وهوايات الأعضاء وحتى المعلومات عن أصدقائهم.

وقد بلغت درجة المخاوف من اختراق الخصوصيات على هذا الموقع إلى أن تأخذ مناح ومتطالبات متعددة الجوانب، إذ أن أمر الخصوصية برأي العديدين لم يعد يشمل حماية المرء من الموقع أو من الآخرين فقط بل حتى من نفسه أيضا.

ومن من جانب آخر فإن هنالك من يحذر من استفادة الكيان الصهيوني من الكم الهائل من المعلومات المتاحة عن المشتركين من العالمين العربي

والإسـلامي التي توجـد على مـوقع (الفـيس بوك) وتحليلـها وتكوين صـورة استخباراتية عن الشباب العربي والمسلم.

وجاء الملف الذي نشرته الصـحيفـة الفرنسـية الفرنسـيـة "لومـا غـازين ديسراييل" عن موقع (الفيس بوك) ليدعم هذه المخاوف، حيث أكدت فيه أن موقع (الفيس بوك) موقع استـخباراتي صهيـوني مهـمته تجنيد العـملاء والجواسيس لصالح الكيان الصهيوني، إذ تضمن الملف معلومات عن أحدث طرق للجاسوسية تقوم بها كل من المخابرات الإسرائيلية والمخابرات الأمريكية عن طريق أشخاص عاديين لا يعرفون أنهم يقومون بمثل هذه المهمة الخطيرة. كما نقل تقرير مجلة "إسرائيل اليهودية" التي تصدر في فرنسا الكثير من المعلومات السرية والهامة عن موقع الفيس بوك بعد تمكن المجلة من جمعها عبر مصادر إسرائيلية وصفتها المجلة بـ "الموثوقة"، الأمر الذي جعل السفير الإسرائيلي في باريس يتهم هذه المجلة اليهودية بأنها كشفت أسرارا لا يحق لها كشفها للعدو.

وفي سياق آخر، فقد أكد خبراء نفسيون أن درجة الإقبال على هذا الموقع والتعلق فيه خلقت ظاهرة جديدة هي إدمان استعمال (الفيس بوك)، حيث لاحظوا أن هذا الولع له آثار جدية على حياة الفرد، بحيث يفقده الصلة بالواقع المعاش ويؤثر على عمله وعلاقاته بالمحيطين به وتوضيحا لحجم المسألة، أفادت بولا بايل المعالجة النفسية للزواج والعائلة بولاية نورث كارولينا، أن استخدام موقع (الفيس بوك)، بات وكأنه فعل قهري، يتيح لمستخدميه المجال للهرب من عالمهم إلى عالم (الفيس بوك)، وأشارت بايل في مقابلة مع قناة "سي إن إن" الإخبارية، إلى أن المسألة في تنام، وذلك نظرا لأنها تتيح مخرجا للأفراد المأزومين في حياتهم اليومية، يفقدهم الصلة بها.

ومن جهتها، وصفت المعالجة النفسية الإكلينيكية بجامعة كاليفورنيا في لوس أنجلوس، جوانا ليباري (الفيس بوك) بأنه يتيح للمرء أن يعيش حياة رغيدة من دون منغصات في عالم مفبرك بالكامل.



قضية الخصوصية "Privacy" في (الفيس بوك)

رغم الريادة التي حققها موقع (الفيس بوك) في مجاله، إلا أن العديد من مشتركيه بدأ يقلق من أن يكون ضرره مساو أو يفوق نفعه، فثمة من يتهمه باستباحة خصوصيات المشتركين وتسريب بياناتهم الشخصية.

الأمر الذي جعل بعض المهتمين يحذرون مشتركي (الفيس بوك) ويطلبون منهم أن لا تنسيهم المتعة التي يحصلون عليها أثناء تواجدهم على الموقع أن هنالك بعض المخاطر، فالمعلومات الشخصية التي ينشرها المشترك على الموقع تفقد طابعها الشخصي بمجرد نشرها، وحتى إذا ما كان المرء حذرا وحدد أصدقائه الذين يمكنهم زيارة صفحته، إلا أنه من غير الممكن أن يعرف، كيف قام أصدقائه بتحديد الأذن بالدخول إلى صفحاتهم، إضافة إلى أن بعض البرامج أو الألعاب التي يمارسها المستخدم على (الفيس بوك) تتطلب أن يمنح المستخدم الأذن للآخرين بالإطلاع على معلوماته الخاصة إذا ما أراد أن يشارك في اللعبة وإلا فلن يكون له الحظ بالمشاركة.

ويبدو أن على مستخدمي هذه الشبكات أن يقرروا دائما بين الاستخدام الكامل لبرامج الشبكة وبين أن يتخلوا عن معلوماتهم الخاصة، إذ يقول الخبير في مجلة كومبيوتر الألمانية جو باجر: "يعرض الفيسبوك دائما معلومات عن أصدقاء من دون أن يعرف المرء إن كانوا يرغبون بنشر معلوماتهم أصلا".

وقد بدأت قضايا الخصوصية في (الفيس بوك) في إثارة المخاوف والتحفظات، حين بدأ البعض يتنبه إلى أنه يمكن عن طريق الموقع مراقبة واستخراج بيانات خاصة بمشتركيه (Rampell، 2008)، وزادت هذه المخاوف حينما أثبت طالبان من معهد ماساتشوستس للتكنولوجيا إمكانية الاطلاع على ملفات المشتركين في الموقع عندما تمكنا من تنزيل ما يزيد عن 70.000 ملف شخصي من (الفيس بوك) من أربع كليات هي؛ معهد ماساتشوستس

للتكنولوجيا، وجامعة نيويورك، وجامعة أوكلاهاما، وجامعة هارفارد، حيث قاما بذلك كجزء من مشروع بحث عن موضوع الخصوصية في (الفيس بوك) والذي نشر في 14 ديسمبر من عام 2005 (Jones and Soltren، 2005)، ويلاحظ هنا أن هذه القضية أثيرت في المرحلة التي كان الإشتراك في الموقع متاحا فقط للجامعات والكليات، أي قبل أن يفتح أبوابه لكل الناس.

كما جاء برنامج "كليك" على قناة بي بي سي، ليؤكد أنه يمكن سرقة البيانات الشخصية الخاصة بمشتركي (الفيس بوك) وبأصدقائهم من خلال إرسال تطبيقات خبيثة (Kelly، 2008).

ومن جانب آخر، فقد تم توجيه الانتقاد للموقع حول ما جاء باتفاقيته مع المشتركين، حيث توجد فقرة تنص على ما يلي: "ربما نستخدم البيانات الخاصة بك والتي نقوم بجمعها من مصادر أخرى ومن بينها، على سبيل المثال لا الحصر، الصحف ومصادر الإنترنت مثل المدونات وخدمات المراسلة الفورية ومن مطوري نظام تشغيل Facebook ومستخدمي (فيس بوك) الآخرين من أجل استكمال الملف الشخصي" (Facebook's Privacy Policy).

وهنالك عبارة أخرى أثارت الكثير من القلق، تعلقت بحق (الفيس بوك) في بيع بيانات المستخدم إلى الشركات الخاصة، حيث تنص العبارة على: "قد نتبادل البيانات الخاصة بك مع أطراف أخرى ومن بينها الشركات الجديرة بالثقة والتي نقوم بالتعامل معها" (Roper، 2005).

إثر ذلك، قام كريس هيوز، وهو المتحدث الرسمي باسم (الفيس بوك)، بالرد على هذه المخاوف قائلا: "لم نقم من قبل مطلقا بتزويد أطراف آخرين بالبيانات الخاصة بمستخدمي الموقع، ولا نعتزم القيام بذلك على الإطلاق" (Peterson، 2006).

وزادت المخاوف والاعتراضات عندما نبه البعض إلى صعوبة قيام

المستخدمين بحذف حقوق الدخول أو الحسابات الخاصة بهم عند الرغبة في ذلك، حيث يتيح الموقع لمستخدميه "إلغاء تنشيط" حساباتهم فقط، بحيث يتوقف عرض ملفاتهم الشخصية، لكن تبقى المعلومات التي قام المشترك بإدخالها إلى الموقع وعلى ملفه الشخصي موجودة على وحدات الخدمة الخاصة بالموقع، ويستحيل عليه إلغاؤها، وقد أثار هذا الأمر حفيظة العديد من المستخدمين الذين كانوا يرغبون في حذف حساباتهم بصورة دائمة، حيث أن عدم إلغاء معلوماتهم إلغاء تاما -من وجهة نظرهم- يمثل تهديدا متواصلا لمستقبلهم المهني، فبعد دخولهم سوق العمل، أصبحت عدم القدرة على محو الملفات الشخصية التي تتضمن بيانات محرجة أو شديدة الخصوصية عنهم، تجعلهم في غاية القلق خوفا من أن يتمكن أصحاب العمل من الوصول إلى تلك الملفات (Ramssastry، 2008)، ويؤكد مثل هذه المخاوف التحذير الذي أطلقه الرئيس الأمريكي باراك أوباما عند لقائه مع مجموعة من طلاب المدارس التي تتراوح أعمارهم بين 14 و15 عاما، حيث طلب أحد الطلاب من أوباما إسداء بعض النصائح لمن يرغب أن يصبح رئيسا، فرد أوباما (الجزيرة الفضائية، 2010): "أولا أريد من كل شخص أن يكون حريصا حول ما يعرضه على (الفيس بوك)، لأن هذا يؤثر عليه في الحياة المستقبلية، خاصة أن المرء في سن الشباب يفعل بعض الأخطاء والأمور الغبية"، وقد قام (الفيس بوك) بتغيير السياسات الخاصة بحذف حسابات مستخدميه في 29 فبراير عام 2008، حيث أتاح للمستخدمين إمكانية الاتصال بالموقع لطلب حذف الحسابات الخاصة بهم بصورة دائمة.

وتزايدت المخاوف أكثر عندما صرحت منظمة الدفاع عن حقوق المستهلك الأميركي، أنها اكتشفت أن (الفيس بوك) غير في فبراير 2009 وبصورة سرية بعض شروط استخدامه، حيث أبرز أنه "هو صاحب الحق الأبدي والشامل لكل ما ينشر عبره"، ونص الموقع على أن المشترك يعطي (الفيس بوك) حقا أبديا لا

رجعة فيه ولا استثناء يخوله التصرف في كل ما ينشر عبره مع التفويض بإعطاء رخصة ثانية لاستخدام المواد المنشورة، بما في ذلك النسخ والنشر والتوزيع والتخزين والتنفيذ، والنقل والمسح الضوئي والتحرير والترجمة والتكييف، أي إعادة توزيع أي شيء ينشر عبر الموقع، وهذا يعني أن (الفيس بوك) قرر أن يستغل كل ما ينشر عبره، حتى لو قام الشخص بإزالة المادة أو إغلاق حسابه، حسب تعليق لمجلة أفريك مغازين على هذه الشروط، لكن ونيتجة للضغوط التي تعرض لها الموقع من جراء تصريح المنظمة الأميركية المذكورة، اضطرت إدارة الموقع للتراجع عن ذلك، وإن كان مؤسس فيسبوك أشار إلى أن هذا التراجع "ظرفي"، وهو ما فسره البعض بأنه يعني أن زوكربيرج ترك الباب مفتوحا أمام إضافة شروط على التسجيل عاجلا أم آجلا (الجزيرة نت، 30/ 6/ 2009).

تحفظات على (الفيس بوك)

إضافة لمن يتهم موقع (الفيس بوك) باستباحة خصوصيات المشتركين وتسريب بياناتهم الشخصية، فإن ثمة من يؤكد أنه يستغل من قبل جهات استخبارية للتجسس، ولا يتردد الكثيرون في شجب ما يروج عبر فيسبوك من عنف وكراهية وتمييز عنصري وما يمرر خلاله من أشياء تخدش الحياء وتشجع على نشر الرذيلة (الجزيرة نت، 30/ 6/ 2009).

وهناك من يؤكد أن المخابرات الإسرائيلية قد وسعت من توظيف الإنترنت والشبكات الاجتماعية مثل (الفيس بوك) في تجنيد العملاء، حيث يتم توظيف المعلومات التي يقدمها المتصفحون الفلسطينيون عن أنفسهم وعن أصدقائهم في محاولة تجنيدهم عبر الاتصال بهم وتضليلهم، كما أنها تحاول أيضا استغلال ظروف الحصار وتدهور الأوضاع الاقتصادية والصحية للفلسطينيين عبر مساومتهم للسقوط في براثن العمالة (النعامي، 2010).

وقد أكد المفوض الاتحادي السويسري لحماية البيانات الخاصة هانز بيتر

تيور في تقريره السنوي، أن مواقع مثل (فيس بوك) "باتت مصدرا للمعلومات تلجأ إليه أجهزة المخابرات، كما تستخدمها الشركات للتجسس على موظفيها"، حيث أشار إلى أن "استخدام الشبكة أصبح من مقتضيات الحياة اليومية، لكن تلك الشبكة لا تنسى أحدا من زوارها يوما ما، وهو ما قد يمثل مشكلة في التعدي على الحريات الخاصة، لاسيما في المواقع ذات الاستخدام الاجتماعي"، كما نبه إلى أن المسؤولين عن تلك المواقع "يمكنهم جمع تلك المعطيات التي يدلي بها المستخدمون بمحض إرادتهم وإعداد ملفات عن شخصية المستخدم، تحتوي على تفاصيل حياته أو توجهاته" (أبو العينين، 2009).

أما في ألمانيا، فقد أظهرت دراسة عن موقع (الفيس بوك) قامت بها مؤسسة "اختبر البضاعة" وهي إحدى المؤسسات الألمانية لحماية المستهلك في مارس 2010، بأن (الفيس بوك) لايحترم خصوصيات المشتركين، ويتعامل معها كما يحلو له، وكانت الدراسة قد قامت بتقييم مجموعة من مواقع التواصل الاجتماعي العالمية والأميركية، وأعطت (الفيس بوك) أسوأ تقدير في مجالات بيانات وحقوق المستخدمين، كما نبهت إلى عجزها عن تقييم إجراءات حماية البيانات الشخصية في (الفيس بوك) بسبب فرض الموقع سرية على هذه الإجراءات، وأثارت هذه النتائج حفيظة وزيرة حماية المستهلك الألمانية إلزا إيغنير، التي انتقدت إعلان موقع التواصل الاجتماعي (فيس بوك) عزمه تخفيف إجراءات حماية البيانات الشخصية، وجمعه معلومات خاصة عن مستخدميه، ونقلها مستقبلا إلى طرف ثالث دون إذن من هؤلاء المستخدمين، وقالت في رسالة مفتوحة وجهتها إلى مؤسس ورئيس مجلس إدارة (فيس بوك) زوكربيرج، إنها ذهلت من إصرار الموقع على تقليل قواعد حماية الخصوصية، رغم المخاوف التي أبداها مستخدموه والانتقادات الشديدة الموجهة إليه من جمعيات عديدة لحماية المستهلك، كما أشارت إلى أن تعديلات (فيس بوك) الجديدة التي تسمح بتسليم معلومات شخصية عن مستخدمي الموقع إلى جهة ثالثة، حيث عبرت عن دهشتها "من تجاوز (الفيس

بوك) للخصوصية أكثر فأكثر بدلا من سعيه لحماية بيانات مستخدميه"، واعتبرت أن تنفيذ هذه الإجراءات الجديدة سيؤدي إلى فقدان الموقع للثقة على المدى البعيد.

حجب (الفيس بوك) في بعض الدول

على الرغم من صعوبة الرقابة على الإنترنت والمواقع الإلكترونية، إلا أن بعض الدول عمدت إلى انتهاج سياسة الحجب لبعض المواقع في بلدانها معللة ذلك بأسباب متعددة، ولعل أكثر الأسباب المعلنة من قبل الحكومات في دول الجنوب هي التذرع بإباحية بعض المواقع بما لا يتناسب مع العادات، أو لأسباب دينية أو عقائدية، أو لأسباب سياسية، وقد تعلن تلك الدول عن أسباب الحظر وقد لا تفعل، كما أن الأسباب المعلنة قد تكون حقيقية، أو غير حقيقية فتتذرع علنا بأسباب لا تكون في حقيقة الواقع هي ذات الأسباب الحقيقية وراء الحجب، خصوصا في الدول صاحبة الأنظمة الشمولية التي ترى في بعض هذه المواقع تهديدا لإستقرار أنظمتها.

ولعل موقع (الفيس بوك) يكون من بين أكثر المواقع التي تعرضت للحجب، حيث اختلفت وتفاوتت درجات حجبه، من حجب كلي للموقع، أو حجب لبعض الصفحات ، أو حجب بعض الخصائص، كحجب خاصية الدردشة مثلا، كما تفاوتت مدة الحجب، من حجب مؤقت خلال المرور بظرف ما، إلى حجب مستمر لا يتم الإعلان عن موعد لنهايته، كما أن بعض الدول لا تحجبه لكنها تقلل من سرعه المخدم له، فيصبح الدخول إليه متعذر أو غير مجد على الإطلاق.

هذه المواقف من الحكومات، جعلت كل من مبرمجي الإنترنت ورواده، يقومون بوسائل وطرق مختلفة للإلتفاف على عمليات الحجب، وكل طريقة من هذه الطرق تحمل في طياتها فروقات كبيرة في الاستخدام، والسرعة والأمان.

وعلى الرغم من تعدد البرامج المهتمة بكسر الحجب إلا أن برنامج (البروكسي) "proxy" حظي بشهرة واسعة، وهو برنامج فيه العديد من الأنواع والتي تحقق أهدافا مختلفة، لكن أشهر تلك الأنواع ما يتم من خلاله التحايل على مزود خدمة الإنترنت الذي تستخدمه الدولة لتزويد متصفحي الإنترنت فيها بخدمة الإنترنت، فيتم عبره تجاوز السياسات الأمنية التي يضعها مخدم الدولة، ويأخذ البروكسي دور وسيط، يصل بين اشتراك المستخدم وبين موقع الفيسبوك، بدون اللجوء إلى مخدم الدولة نفسها.

إدمان الفيس بوك

من الظواهر اللافتة حقا والغريبة التي ظهرت مؤخرا، ما أطلق عليه الأطباء النفسيون وعلماء الإجتماع "إدمان (الفيس بوك)"، حيث تتبدى الغرابة في هذا الإصطلاح من تخصيصه، إذ عندما كان يستخدم إصطلاح "إدمان الإنترنت" لم نكن نشعر بهذه الغرابة، فقد شاع عند المختصين وصف تعلق بعض الأشخاص بوسيلة إعلامية معينة لدرجة كبيرة تتسبب في التأثير السلبي على مجريات حياتهم اليومية بأنه إدمان على تلك الوسيلة، والأمر اندرج على الإنترنت، لكن الغرابة أتت هنا من التخصيص، أي أن الإدمان تعلق فقط بموقع واحد محدد دون غيره من المواقع، وهذا إن دل على شيء فإنه يدل على مدى إنتشار هذا الموقع بين الناس وأهميته لدى مستخدميه، فلولا هذا الإنتشار الذي أدى إلى أيجاد شريحة كبيرة من مدمنيه، لما أفرد له المختصين هذه التسمية.

وهنالك العديد من الدراسات التي أجريت في دول الغرب تؤكد وجود مشكلة إدمان (الفيس بوك)، إذ بينت دراسة عن استخدام (الفيس بوك) وعلاقته بالنرجسية للباحثة الأمريكية "سورتز" ان الإفراط في التعرض لموقع (الفيس بوك) له تأثيرات على الشباب، ذلك أن (الفيس بوك) يجعل مشتركيه

يعيشون حالة أثناء تواجدهم على الموقع يصعب أن يعيشوها في واقعهم، مما يخفض من درجة تقديرهم لذاتهم، ووجدت أن إفراط الشباب وقضائهم فترات زمنية طويلة في التواجد على الموقع يحرمهم من فرصة الكشف عن ذاتهم تلك الخاصية التي يجب أن تنمو وتتكامل في مرحلة الشباب للمساهمة في بناء شخصياتهم بشكل متكامل، الأمر الذي يؤثر سلبا على مقومات بناء التنمية في المجتمع والدولة (Schwartz، 2010).

وفي دراسة أخرى عن تأثير الفيس بوك على الأداء الأكاديمي لطلاب الجامعات أجريت في جامعة أوهايو بينت أن الدرجات التي يحصل عليها طلاب الجامعات المشتركين في موقع (الفيس بوك) أدنى بشكل واضح من تلك التي يحصل عليها نظراؤهم الذين لا يستخدمون هذا الموقع، وأكدت على أنه كلما تصفح الطالب الجامعي هذا الموقع كلما تدنت علاماته في الامتحانات، وقد اعترف 79٪ من الطلاب الذين شملتهم الدراسة بأن اشتراكهم في الموقع أثر سلبيا على تحصيلهم الدراسي، وقد وجدت الدراسة أن 65٪ من المشتركين في موقع (الفيس بوك) يتفقدون رصيدهم يوميا (Karpinski، 2009)

وقد يزيد من خطورة إدمان (الفيس بوك) انتشار هذا الإدمان، وكذلك عدم انتباه المستخدمين إلى إمكانية حدوثه لهم قبل أن يقعوا فيه، ذلك أن جل القضايا المسببة للإدمان كالمشروبات الروحية والمخدرات والتبغ يعلم الجميع عن تسببها في الإدمان فيتم تجنبها من قبل قطاعات متعددة، أما موقع كموقع (الفيس بوك) الذي أصبح يتصوره البعض أنه أصبح من ضروريات الحياة المعاصرة، فإنه يصعب أن يطلب من الناس تجنبه بحجة الخوف من الإدمان، ذلك أن الإشتراك فيه والتعامل معه بقدر صحيح أمر لا يسبب الإدمان، وبالتالي فإنه يمكن وصف الحد الذي يفصل التعامل السليم معه عن الإدمان عليه بأنه حد يصعب تحديده بشكل قاطع، خصوصا أن للإدمان عليه درجات متفاوتة، إضافة إلى أن العديد من مدمني (الفيس بوك) يجهلون أنهم

مدمنون، الأمر الذي لا ينطبق على معظم أنواع الإدمان الأخرى، ويرى المختصون أن ثمة أعراض لإدمان استخدام (الفيس بوك) أهمها ما يلي:

- عدم شعور الشخص بالإكتفاء من الموقع، وقضاء أوقات طويلة عليه، بغض النظر عن النشاط الذي يمارسه على الموقع سواء كان تواصلا وتعارفا أو ألعابا أو رسائل أو متابعة مقاطع الفيديو أو التشاتينغ أو الاختبارات الشخصية أو غيرها من المزايا يتحيها الفيس بوك للأعضاء.
- حال مغادرة الشخص للموقع، يشعر بالرغبة في الدخول إليه من جديد.
- إهمال كلي أو جزئي للحياة الاجتماعية والالتزامات العائلية والوظيفية.
- إهمال الاهتمامات الأخرى والهوايات المحببة التي كانت للشخص في السابق.
- لجوء الشخص بعد التعب الشديد من تصفح الفيس بوك إلى النوم العميق لفترة طويلة.
- ظهور آثار اضطرابات نفسية كالارتعاش وتحريك الإصبع بصورة مستمرة.
- القلق والتفكير المفرط في الفيس بوك وما يحدث فيه عندما يكون الشخص بعيدا عن الكمبيوتر والإنترنت، وشعوره بالحزن والاكتئاب إذا بقي بعيدا عنه فترة من الزمن.
- تركيز التفكير حول الفيس بوك إلى حد الهوس، والحديث مع الأصدقاء ومن يلتقي بهم عن (الفيس بوك) وعما يحدث من أحداث داخله عندما يكون الشخص بعيدا عن الإنترنت.
- فشل الشخص المتكرر لمحاولات التقليل من عدد الساعات التي يقضيها على الفيس بوك.
- حدوث حالات ادمان سابقة ومتكررة عند الشخص على استخدمات الإنترنت في مرات سابقة وخروجه منها بسلام .



المبحث الثالث

النظرة إلى موقع (الفيس بوك)

نظرة عامة على (الفيس بوك) خدماته واستخداماته

استطاع موقع (فيس بوك)، أحد أشهر مواقع الشبكات الاجتماعية social networking على الإنترنت، أن يحقق انشارا منقطع النظير، فقد وصل معدل الاشتراكات الجديدة فيه إلى أكثر من 150 ألف مستخدم جديد في اليوم الواحد، يتواصلون معا عبر صفحة شخصية خاصة بكل منهم، ويتشابكون بشكل يكاد يبدو وكأنه مجتمع آخر مقابل للمجتمع الحقيقي.

لكن الحياة في (الفيس بوك) قد تبدو أكثر سهولة ومتعة من مجتمع الواقع، فالضغوط في مجتمع (الفيس بوك) تكاد لا تكون موجودة، الفرد يقدم نفسه بالطريقة التي يحبها، وهو غير ملزم بالتعامل إلا مع من يريد، فلا وجود تقريبا للنواهي والممنوعات الموجودة في المجتمع الحقيقي، يختار المجموعة التي تلائمه، ويعلق على ما يريد، ويتحدث مع من يحب، وبالطريقة التي يحبها، حتى أن (الفيس بوك) يتيح لمستخدمه التعامل مع مواقع العالم الافتراضي من خلاله، فيمكن بذلك أن يقوم المشترك -إن أراد- ببناء البيت الذي يتمناه، وبإمكانه أن يذهب للمتاجر ويتسوق، وأن يقوم بتأثيث منزله بالأثاث الذي يريده، وأن يختار لون جدران منزله وديكوراته، وأن يدخل عليه التجديدات كلما أراد، وأن ينظم حديقة منزله ويزرع بها ما يشاء، وأن يعتني بها، حتى أنه يستطيع تقديم الهدايا لأصدقائه، وأن يتقبل منهم الهدايا، باختصار فإنه يقدم للمشترك الإمكانية لأن يعيش داخل هذا المجتمع الإفتراضي كما يريد (Cohen, 2009).

ويبدو أن أكثر مستخدمي الموقع من الشباب وطلبة الجامعات والمراحل

الدراسية المختلفة، الذين يسعون إلى التعارف وتكوين المجموعات والتجمعات التي تعبر عن آرائهم في الحياة، أو المشاركة في مجموعات خاصة منهم؛ أصدقاء، حلقة دراسية، زملاء رحلة صيف، محبي مطرب، . .إلخ، غير أن الاشتراك لا يقتصر على الطلبة والشباب، فيوجد داخل (الفيس بوك) أيضا عدد كبير من الإعلاميين الذين وجدوا في (الفيس بوك) عالما آخر لهم، ينشرون من خلاله أعمالهم، ويبحثون عن قرائهم ومشاهديهم، وهنالك كذلك العديد من المثقفين والأكاديميين الذين يتواصلون مع بعضهم ويتبادلون الأفكار والمعلومات.

وعلى حائط (الفيس بوك)، يمكن للأصدقاء أن يكتبوا ويعلقوا ما يريدون، ويمكنهم أن يستمعوا أيضا لصاحب الصفحة، وأن يستمعوا إلى موسيقاه المفضلة، فيلمه المفضل، صوره الخاصة التي تحكي تفاصيل حياته، مذكراته، مواعيده، ماذا فعل بالأمس، صور أفضل أصدقائه، ومن الملاحظ أن (الفيس بوك) يلعب بشكل كبير على الحنين إلى الماضي، والبحث عن أصدقاء قدامى ربما فقدوا، والبحث عن ذكريات الطفولة، وتكوين مجموعات لفترات مرحلة المراهقة.

إن موقع (الفيس بوك) يحوي كما من التواصلات، والتشبيكات بين البشر في العالم كله من شرقه وغربه، ويوجد لدى كل شخص عشرات الأصدقاء من شتى أنحاء العالم، ويقدر الموقع المتوسط الحسابي لعدد أصدقاء كل مشترك في 130 صديقا (facebook، م.س)، ولدى كل شخص صفحة خاصة به يتصرف فيها كما يريد، وهو ما يطرح لدى الشباب رغبة لا تقاوم، في إظهار ذاته كما يود، فهو يفكر كيف يصنع صوره متفردة وغريبة، وكيف يضع في صفحته أشياء غريبة تختلف عن غيره ليشد بها انتباه الآخرين، فهو ما دام صاحب موقع، إن جاز التعبير، فله أن يفعل فيه ما يشاء يكتب على الحائط الخاص به ويدعو أصدقاءه للكتابة والتعليق.

وتكمن خطورة التجمعات أو المجموعات التي على (الفيس بوك) في رأي الدكتور صفوت العالم أستاذ الإعلام بجامعة القاهرة، في أنها قد تكون موطنا لنشأة الأفكار الشاذة والغريبة، وانطلاق الشائعات، غير أنه يرى أيضا أنها تعبر عن رأي الشارع، والشباب على وجه التحديد على اعتبار أن أكثر مستخدمي الإنترنت من الشباب، فجميع الأحداث الجديدة نجد صداها أولا بأول على (الفيس بوك) في مجموعات مختلفة، بعضها متصارع، فهناك بعض التجمعات الخاصة بفرق عمل برامج تلفزيونية مختلفة، وبعضها الخاص بفرق رياضية متناحرة، وبعضها للتعبير عن حالة عامة مثل الحزن أو الشعور بالوحدة، وبعضها لزملاء دفعة واحدة في إحدى الكليات، أو جروب لأصدقاء أحد الفنانين، اوالممثلين، أو الكتاب أو المطربين أو السياسيين (نقلا عن أبو زيد، 2007، ملحق الإعلام ص1).

ويضيف العالم أن تأثير (الفيس بوك) على الشباب أكبر، لأنه هو الأقرب إليهم الآن، وبالتالي فتنقلهم بين صفحاته، وانضمامهم إلى مجموعاته، يتيح لهم احتكاكا أكبر بأشخاص مختلفين ذوي اتجاهات أيديولوجية مختلفة، غير أنه يرى أن الأكثر إثارة في هذا الأمر هو أن يتحول إلى "شوفينية" وكل شخص يتمركز حول ذاته، واتجاهه، فأسوأ ما في (الفيس بوك) في رأي الدكتور العالم، هو عندما تغيب سمات الشخصية، ويتعمد صاحبها إخفاءها، مما يجعل الرزالات والسباب والشتائم تتوالى والعري الفكري يعم، أو أن يقوم بإيذاء الآخرين بفكرة شاذة قد لا يوافق عليها المستخدم ذاته إذا عرف الناس شخصيته (نقلا عن أبو زيد، ملحق الإعلام ص1).

نظرة المتخصصين العرب لتأثير (فيس بوك) على الشباب العربي

لعل حال (الفيس بوك) كحال أي شيء في هذه الحياة، لا بد أن يكون له إيجابيات وسلبيات، وقد تختلف هذه الإيجابيات والسلبيات وفقا لمتغيرات

عديدة، كالزمان والمكان والظروف وغيرها، فما يكون إيجابي في زمان أو مكان أو ظرف ما، قد يتحول إلى سلبي بتغير أي من تلك المتغيرات، وربما تكون هذه الحقيقة هي التي دفعتنا إلى ضرورة الوقوف عند بعض الجوانب من آراء الأكاديميين والمختصين العرب في تقييمهم لآثار (الفيس بوك) على الشباب العربي تحديدا، فما يمكن أن يعتبر أثرا سلبيا لموقع (الفيس بوك) في دول الغرب قد يكون إيجابيا في المجتمعات العربية، كما أن العكس قد يكون صحيحا في جوانب أخرى.

الإعلامي ياسر الغسلان مؤسس موقع المفكرة الإعلامية (الغسلان، 2011)، يرى أن أبرز السلبيات في الإعلام الاجتماعي، وعلى رأسها موقع (الفيس بوك)، تتجلى في تمكين هذه التقنيات وفتحها الباب أمام بعض الأمراض الاجتماعية، كالعنصرية والمناطقية والمذهبية، حيث وجدت تلك الأمراض متنفسا لها عبر وسائل الإعلام الاجتماعية، بالإضافة إلى مساهمته في تشجيع الشباب العربي على الاهتمام بالكماليات وتبنيه النمط الإستهلاكي نظرا لسهولة الوصول إلي هذه الكماليات، ومن جانب آخر يرى الغسلان أن أبرز إيجابيات الإعلام الاجتماعي، يكمن فيما يتعلق برفع سقف حرية التعبير، فالجيل الجديد والمجتمع أصبحا أكثر رفضا لمفهوم الرقابة، تلك الرقابة التي يعمل بها لحد الآن في الإعلام العربي التقليدي، ويورد : "إن 65 ٪ من المجتمع هم من الشباب، فنحن أمام تغيرات كبيرة في سلوكياتهم، ورغبتهم في الانفتاح، والتعامل بحرية أكبر، فالرقابة ليست موجودة في الحمض النووي الخاص بهذا الجيل"، كما أنه يرى أن الإعلام الاجتماعي قد ساهم في زيادة الجرأة عند الشباب، إذ أصبح الشاب أكثر جرأة في التعبير عن رأيه، وتناول القضايا المختلفة، ولديه القدرة على التعبير باسمه الصريح، كما تلاشت الأسماء المستعارة بشكل كبير، وتم كسر حاجز الخوف والتردد والخجل، وهذا طريق للشباب ليصبحوا من خلاله فاعلين ومساهمين في

مجتمعاتهم بشكل إيجابي، ويضيف إلى أن المجتمع أصبح أكثر مشاركة في القضايا الاجتماعية، والقرارات التي تصدرها الدولة، والتي كانت سابقا محصورة في فئة المتعلمين تعليما عاليا، فالقضايا الاجتماعية تنال نصيبها من نقاشات الجمهور، وإبداء الرأي، مثل قضايا زواج القاصرات ومحاربة الفساد والفقر وغيرها من القضايا.

أما الدكتور اللبان (اللبان، 2009) أستاذ الصحافة وتكنولوجيا الاتصال بكلية الإعلام في جامعة القاهرة، فقد أشار إلى أن ظهور الإعلام البديل متمثلا في شبكة الإنترنت و(الفيس بوك)، جاء كحركة ارتجاعية أو كرد فعل عنيف للواقع الاجتماعي الذي فرضته تكنولوجيا الاتصال بتوفير وسائل نشر بديلة تتمتع بدرجة عالية من الحرية وسهولة الاستخدام وانخفاض الكلفة، وذلك للتخلص من سيطرة النخب الإعلامية على وسائل الإعلام التقليدية في المجتمع، وغياب المصداقية في تلك الوسائل الإعلامية، وقال إن هذه المتغيرات هي التي جعلت من شبكة الإنترنت وموقع (الفيس بوك) شريكا حقيقيا في تصعيد الممارسة السياسية من خلال فتح نوافذ متسعة للجماعات السياسية التي لا تجد لنفسها منفذا للتعبير عن أيديولوجيتها عبر قنوات التعبير السياسي التقليدية، لذلك لجأت هذه الجماعات إلى الهروب من الواقع الحقيقي إلى الواقع الافتراضي.

ويرى الورداني (الورداني، 2009)؛ مدير موقع الحزب الوطني في مصر أن تذمر الشباب، والتقنيات التي أتاحها (الفيس بوك) في مجال الاحتجاج قد اصطدمت بعدم التمرس السياسي للحركات الاحتجاجية على الموقع، وأهمها حركة شباب 6 أبريل، التي فشلت - حسب رأيه - في بلورة نفسها كحركة شبابية نشطة تقود التغيير نحو المستقبل من خلال استخدام سلاح الإنترنت كآلية للتجنيد والحشد والتعبئة، وعانت من المشاكل التي طالما عانت منها الأحزاب والقوى السياسية الأخرى خاصة في مسألة الانقسامات الداخلية، والمبالغة في



تقدير عجز النظام عن التعلم من أخطائه، وقدرته على تصحيح أو تطوير سلوكه باتخاذ تصرف جديد حينما يتكرر حدوث موقف قديم، إضافة إلي سقوطها أسيرة لوهم العمل الإلكتروني، وعدم وصولها إلي أنسب تصور للعلاقة المثلى بين الفضاء المعلوماتي والمجتمع المحيط، وقدرتها على تحويل اهتمام المشاركين بالشأن العام إلي الانغماس فيه، وهو بالتالي يرى أن الشباب المشتركين ب(الفيس بوك) سيبقون حبيسي العالم الإفتراضي، وهو لا يفترض خروجهم منه.

أما الدكتور ليلة (ليلة، 2009) أستاذ علم الاجتماع بكلية الآداب في جامعة عين شمس، فيذهب إلى أن تعامل الشباب مع موقع (الفيس بوك) يؤدي إلى عديد من الآثار الاجتماعية الإيجابية والسلبية على السواء، وهي الآثار التي تبدأ من إتاحة الفرصة للانفتاح على الآخرين، وهو الانفتاح الذي قد تكون له نتائجه الإيجابية، كما قد تكون له نتائجه السلبية، ومن النتائج الإيجابية التى أكدت عليها إحدى الدراسات أن التعامل مع موقع (الفيس بوك) يساعد الشباب على أن يكونوا منفتحين على الآخرين، ويساعدهم على التخلص من الوحدة التى يشعرون بها في سياقاتهم الواقعية، كما يساعدهم على التخلص من ضغوط الحياة، إضافة إلى مساعدتهم في تطوير علاقات اجتماعية، تساعد فى التواصل مع الأصدقاء من خلال الموقع كبديل للتواصل معهم فى الواقع، وهو يساعد كذلك في تأكيد قدرة الشباب على التكيف مع مشاكلهم، فى مقابل ذلك هناك بعض الآثار الاجتماعية السلبية التي يساهم فيها (الفيس بوك)، كالشعور بالملل أو الاكتئاب، بسبب قضاء وقت طويل في التعامل من خلال الموقع مع الآخرين، الأمر الذي يجعل الشاب أكثر قلقا لأنه يعيش مشكلاتهم، يضاف إلى ذلك أن التفاعل من خلال الموقع مع الاخرين، من شأنه أن يؤثر على التفاعلات ذات الطابع الإجماعى كتلك التى تقع فى نطاق الأسرة، الأمر الذى يعني أن إستغراق الشاب فى تفاعلات المجتمع الإفتراضي، يؤثر بطبيعته على درجة مشاركته فى تفاعلات المجتمع الواقعي،

وعدم الاهتمام بقضاياه وظواهره، ويشير الدكتور ليلة إلى أن (الفيس بوك) يلعب دورا محوريا فى تشكيل الكتلة الشبابية، لتؤسس ما يمكن أن يسمى "بشعب (الفيس بوك)" حيث تتأسس جماعة إلكترونية، يشارك فيها الشباب الذين ينتمون إلى مجتمعات مختلفة، وإلى أعمار مختلفة نسبيا وإن كان داخل الحدود الافتراضية.

ويؤكد الدكتور عبدالله الوشمي (الوشمي، 2011) رئيس النادي الأدبي في الرياض، أن الإعلام الجديد هو سيد الموقف بالنسبة لمخاطبة الشباب، وأضاف أن (الفيس بوك) وتويتر والشبكات الاجتماعية هي المحرك الآن للشباب، وهنالك هوة آخذة بالاتساع بين العلماء والمفكرين من جانب، والشباب من جانب آخر، ذلك أن النخبة من علماء ومثقفين ومفكرين وتربويين لم يتناغموا مع هذه المسارات الفكرية، فغالبيتهم بعيدون عن نبض الشباب التقني، وكل رسائلهم الفكرية إلى الشباب لا تصل إليهم، وذلك لأنهم اختاروا الوسائل الإعلامية التي لا يجد فيها الشباب تطلعاتهم، فلقد انتهى عصر الصندوق الخشبي للاقتراحات والشكاوى الذي يعلق على جدران المؤسسة، وأصبح الصندوق الحقيقي هو ما يتم تداوله في الفضاء الإلكتروني، وسيتحول إلى صندوق أسود حين لا يتم التناغم مع متطلبات المرحلة.

ويلاحظ في نظرة المختصين العرب لآثار (الفيس بوك) على الشباب العربي أن الأولويات والتوجهات السياسية لأصحابها كانت تلعب دورا فاعلا في نظرتهم لتأثيرات الموقع، فقد كانوا يحكمون على تأثير هذا الموقع من خلال المقارنة بين ما ينشر فيه وبين مصالحهم أو توجهاتهم السياسية، وأقرب مثال على هذا؛ رأي الورداني مدير موقع الحزب الوطني في مصر، وهو الحزب الحاكم بمصر آنذاك، فقد كان غير متفائل في قدرة (الفيس بوك) على صقل أفكار الشباب وتوجهاتهم، وجعلها قابلة للتطبيق على أرض الواقع، فكان يرى أن ما يبدأ في العالم الافتراضي، يبقى افتراضيا، أما الأكاديميون فقد كان تأثير

الجانب السياسي أقل وطأة في آرائهم، وبدوا أكثر موضوعية، فتناولت آراؤهم التأثيرات الاجتماعية والنفسية، وإن تأثر بعضهم بالجوانب السياسية.

نظرة المجتمعات العربية لتأثير (الفيس بوك) على شبابها

كان الاعتقاد السائد أن موقع (الفيس بوك) لا يتم ارتياده واستخدامه إلا من قبل المراهقين، وأنه لا يستخدم إلا لأغراض سيئة، أو في أفضل الأحوال لتمضية الوقت بدون أي فائدة مرجوة، وأنه يتسبب في هدر طاقات الشباب، ذلك أنهم يستخدموه فقط للدردشة، خصوصا بين الشباب الذكور والفتيات، وللإستماع للأغاني الهابطة، أو للَعب على الألعاب المتاحة فيه، أو ما إلى ذلك (مختار، 2008).

لكن وعلى ما يبدو أن تلك النظرة وهذه الآراء قد تراجعت وانحسرت بشكل فجائي بعد الثورات العربية، وتحديدا؛ بعد ثورة 25 يناير 2011 في مصر، والتي أطاحت برئيس الجمهورية محمد حسني مبارك، فاختلفت وجهات النظر في الدور الذي لعبه موقع (الفيس بوك) بهذه الثورة، البعض بقي مصرا على عدم إعطاء دور فاعل له، وأقر البعض بدوره مع التحفظ، حيث ذكر المفكر العربي عزمي بشارة أن مواقع التواصل كان لها تأثيرا كبيرا في ثورة تونس، لكنه رفض التهويل بتأثيرها في مصر، وقال "لو جلس الجميع على الفيس بوك لما قامت الثورة.. لقد أصبح كل من لديه فيسبوك يظن أن له دورا كبيرا في صناعة التاريخ.. هذه المواقع قامت فقط بدور التعبئة الأيديولوجية في الثورات"، وفي ذات الوقت فإن البعض بات يرى أن (الفيس بوك) قدم للثورات ما لم يكن ممكنا لها بدونه أن ترى النور، حيث وصف البعض الثورات على أنها ثورات (الفيس بوك)، وهنالك من أطلق على شباب الثورة تسمية جيش (الفيس بوك) (ندوة أسباب ونتائج ثورة الشعب التونسي وانعكاساتها على الساحة العربية، 2011).



إلا أن تتبع ما كان ينشر على بعض صفحات (الفيس بوك) يمكن أن يساعد في الخروج بحكم أكثر دقة في دور (الفيس بوك) في هذه الثورات، إذ يصعب إنكار أن (الفيس بوك) قدم للشباب مساحة من الحرية لم تكن متاحة لهم على أرض الواقع، فتجمعوا على صفحاته، وعبروا عن ضيقهم، ثم بدأ بعضهم بعملية عفوية للتعبئة وشحذ الهمم، ثم تحولت هذه العفوية إلى تعبئة مقصودة، فكسروا حاجز الخوف من قمع النظام، وجاءت ثورة تونس لتعطيهم الأمل والثقة بقوتهم ؛ فبرزت المرحلة الأخيرة على صفحات (الفيس بوك) والتي تمثلت في تنظيم الشباب لأنفسهم وتحديد لحظة الحقيقة، ونزل شباب (الفيس بوك) إلى الشارع (صفحة الـ facebook "حركة شباب 6 إبريل") (صفحة الـ facebook "كلنا خالد سعيد").

فلم يكن أحد ينتبه أن الشباب المصري كان على مشارف ثورة تتفاعل على صفحات إلكترونية لموقع ينظر إليه كمجتمع افتراضي، لكن هذا المجتمع كان ينمو منذ عام 2008 بالتزامن مع إضراب عمال المحلة الكبرى شمال القاهرة، حيث تأسست صفحة "حركة شباب 6 إبريل"، ثم جاءت قضية الشاب الإسكندري خالد سعيد، الذي انهال عليه شرطيان بالضرب حتى الموت، ثم ألقيا به في الشارع جثة هامدة، فتحولت قضيته إلى قضية عامة بعثت غضبا في قلوب الملايين ودوت في الفضاء الإلكتروني، وتأسست صفحة الـ face-book "كلنا خالد سعيد"، وتلت هذه القضية عدة قضايا تعذيب، الأمر الذي أدى إلى فكرة أطلقتها صفحة كلنا خالد سعيد في التاسع من يناير، مفادها تحويل عيد الشرطة الذي يصادف الـ 25 من يناير إلى حملة يقوم بها الشباب ضد التعذيب، ودعم الاقتراح أكثر من 1300 من بين أعضاء الصفحة الذين تجاوز عددهم يومها ربع مليون، في هذه الأثناء كانت ثورة تونس الملتهبة قد نجحت في إرغام رئيسها زين العابدين بن علي على الهروب، فأكد شباب صفحة "حركة شباب 6 إبريل" أن الجيل العربي الجديد مصمم على التغيير، واقترحت صفحة "كلنا خالد سعيد" أن تتصدر مطالب الـ 25 من يناير إقالة



وزير الداخلية حبيب العادلي، فدعا الشباب إلى اجتماع تحت عنوان "نقدر نعمل إيه علشان نبقى زي تونس" حينها كتبت إسراء عبد الفتاح وهي من مؤسسي "حركة شباب 6 إبريل": "ثورة ثورة حتى النصر، ثورة في تونس عقبال مصر"، وناقش الشباب في صفحة "كلنا خالد سعيد" مجددا تاريخ التظاهر، اقترح البعض أن تكون الانطلاقة يوم الجمعة 21 يناير لتنطلق المظاهرات من المساجد بعد الصلاة، لكن الأغلبية أكدت على الثلاثاء 25 يناير يوم عيد الشرطة، على أن تكون الجمعة التالية 28 يناير هي جمعة الغضب. ووصل الأمر بشباب الـ facebookفي ذلك الوقت إلى نشر صياغة قرار تنحي لمبارك، وفي 21 يناير أكد أكثر من سبعين ألفا بأنهم سينزلون للشوارع ويشاركون في يوم الثورة، وأرسل المئات صورهم وأسماءهم الحقيقية، بما يؤكد أنهم كسروا حاجز الخوف، فلم يكن ممكنا للثورة أن تصبح ثورة وهي حبيسة العالم الافتراضي، وبدا في هذا الوقت أن العالم الافتراضي قد اقترب من الواقع حتى كاد أن يلامسه، فنسّق الشباب جهودهم في إعلام غير المشتركين ب(الفيس بوك) عن خطة النزول للشوارع يوم 25، وطبعت الإعلانات ووزعت من قبلهم على أبواب المنازل وأرسلت رسائل قصيرة عشوائية على الهواتف المحمولة لتعميم الفكرة، الغريب أن الأمن المصري لم يعر كل هذه التحركات أية أهمية، واكتفى بإزالة بعض صور جمال مبارك من وسط القاهرة، تحسبا للمظاهرات وألقي القبض على عدد ممن ضبط وهو يوزع بيان 25 يناير، وتم تحديد أماكن وتوقيت المظاهرات في القاهرة والمحافظات، وأعلنت الهتافات الموحدة، ونشرت أرقام هواتف المحامين في حال التعرض للاعتقال أو الأذى، وما أن نزل الشباب إلى الشارع، حتى تنبه النظام المصري لخطورة الوضع، فقطع الإنترنت وخدمات الهواتف المحمولة، وبهذا لم يجد شباب المجتمع الافتراضي على (الفيس بوك) غير العالم الحقيقي أمامهم، وكان ما كان (صفحة الـ "facebookحركة شباب 6 إبريل") (صفحة الـ face-book "كلنا خالد سعيد") (الجزيرة، 15/ 3/ 2011).

الفصل الثالث

الشباب والأسرة

مقدمة

المبحث الأول: الشباب

المبحث الثاني: الأسرة

المبحث الثالث: التنشئة الأسرية

المبحث الرابع: تراجع دور الأسرة في عصر التكنولوجيا

الفصل الثالث

الشباب والأسرة

مقدمة

تعتبر طبيعة علاقة الشاب بأسرته من أهم المؤشرات التي تعكس طبيعة تفاعله مع مجتمعه الحقيقي، وبدون التجاوز عن اعتبار أن الأسرة هي الركيزة الأساسية لاستمرارية الذاتية الثقافية للشعوب وتوارثها، فهي ووفقا لأبرز وظائفها؛ تعتبر أهم المؤسسات الاجتماعية والتربوية المسؤولة عن تزويد الجيل الجديد بالتربية والتعليم واكتساب الخبرات والمهارات والمؤهلات العلمية والتقنية لنهوض المجتمعات ورقيها وتقدمها، عن طريق زرع الخصال القيمية والسلوكية الإيجابية في أبنائها، ورعايتهم من كل الجوانب، وإكسابهم أسس ومبادئ ومقومات الثقافة والتربية والتعليم لكي يكونوا قادرين على المشاركة الفاعلة في بناء المجتمع وتطويره في كافة المجالات، مع الأخذ بطبيعة الحال أن ضعف أو تراجع التواصل داخل الأسرة، يؤدي - على الأغلب - إلى اختلالات في تلك الوظائف.



المبحث الأول

الشباب

التحديد - السمات - أثر التكنولوجيا

المعنى اللغوي

الشباب لغة يأتي من مادة شبّ أو شبب، وهو جمع شاب، وأيضا الشبان والشابات والشبيبة، وتعني الحداثة، وهو خلاف الشيب، نقول شبّ الغلام، ويشب شبابا وشبيبة، وإمرأة شابة، وهذا كله يؤدي إلى نفس المعنى (كنعان، 1998، ص127).

المعنى الاصطلاحي

عرفت الجمعية العامة للأمم المتحدة لدى التحضير لإقامة السنة الدولية للشباب التي وافقت العام 1995 فئة الشباب على أنهم؛ الأفراد الذين تتراوح أعمارهم بين 15-24 سنة، وبهذا أصبحت جميع المنظمات التابعة للجمعية العامة للأمم المتحدة تعتمد هذه الفئة العمرية للتعبير عن الشباب، وهذا السن هو المستخدم في مجمل الإحصائيات العالمية للتعبير عن الشباب (United Nations، 2009).

وحدد مؤتمر وزراء الشباب العرب مرحلة الشباب في ضوء ما اتفقت علية المنظمات الدولية - بأنها الفترة التي تمتد بين سن الخامسة عشر إلى سن الخامسة والعشرين (حامد، 1999، ص15).

وعرف معجم العلوم الاجتماعية الشباب بأنهم الأفراد في مرحلة المراهقة أي الأفراد بين مرحلتي البلوغ الجنسي والنضج، ويستعمله بعض العلماء ليشمل المرحلة من العاشرة حتى سن الحادية عشر، إلا أن الفترة التي تنتهي منها مرحلة الشباب غير محددة وقد قيدها البعض الى سن الثلاثين (مرعي، 2007، ص12).



واعتبر دريفر Dreve أن مرحلة الشباب تبدأ زمنيا من 16 عاما وتستمر حتى 25 عاما، وتبدأ من مرحلة المراهقة المتأخرة وتمتد حتى سن الرشد. (Coon and Mitterer، 2007).

كما عُرفت فئة الشباب "بأنها فترة العمر التي تتميز بالقابلية للنمو يمر فيها الإنسان بمراحل حيوية تتميز بالقابلية للنمو الذهني ، والنفسي والاجتماعي والبدني والعاطفي" (أحمد، 2003، ص18).

تحديد مفهوم الشباب

يختلف الكثير من الكتاب والدارسين حول حدود مرحلة الشباب فثمة من يحددون بداياتها بتخطي مرحلة البلوغ أو اكتمال النضج الجنسي، ويحدث ذلك عند سن الخامسة عشرة، أو قبلها بقليل، وتغطي مرحلة الشباب مدة عشر سنوات تقريبا، فتنتهي في الخامسة والعشرين أو ما حولها (حجازي، 1985، ص27).

وهناك من يحددون بدايتها بسن الثالثة عشرة، ونهايتها بسن الواحدة والعشرين (حلمي، 1965، ص 17)، ويوجد من يبدأها بالرابعة عشرة ويحدد فترتها الأولى بنهاية الثامنة عشرة، ويصل بفترتها الثانية أو المتأخرة-إلى سن السابعة والعشرين (عبد القادر، 1975، ص8)، ويرى آخرون أنها تغطي الفترة من سن السابعة عشرة حتى السابعة والعشرين أو ما بعدها (تركي، 1974، ص17) بل إن بعض الباحثين يبدءون بها عند الخامسة عشرة ويصلون بنهايتها إلى حدود الثلاثين (نجاتي، 1974، ص 59). ويراها آخرون عصية على التحديد، تختلف بدايتها ونهايتها من فرد إلى فرد، ومن جنس إلى جنس، ومن ثقافة إلى أخرى (معوض، د.ت، ص26).

في حين أن هناك من يرى أن الشباب ظاهرة اجتماعية تخص أساسا مرحلة من العمر تعقب مرحلة المراهقة، حيث تبدو خلالها علامات النضج

الاجتماعي والنفسي والبيولوجي، وتتوجه بعض المجتمعات إلى تحديد بداية مرحلة الشباب ونهايتها وفق معايير خاصة بها حيث تلجأ بعض المجتمعات التقليدية إلى اعتماد طقوس اجتماعية خاصة بالشباب، إلا أن هذه المعايير تختلف كلما زادت المجتمعات تعقيدا وتركيبا وتباينا، نتيجة تطور الحياة الاقتصادية والاجتماعية وتغير النظم السياسية، فتصبح عملية تحديد بداية مرحلة الشباب إحدى مظاهر التطور الاجتماعي، حيث يرتبط هذا التحديد بالتطورات التي تطرأ على النظام التعليمي في المجتمع والذي يؤدي إلى جعل الشباب يمثلون فئة اجتماعية لها وزنها في المجتمع المعاصر (كفالي، 2006، ص219).

وهناك من يميل إلى تحديد مفهوم الشباب على فترة زمنية تبدأ من 16-25 سنة، باعتبارها الفترة التي يكتمل فيها النمو الجسمي والعقلي على نحو يجعل المرء قادرا على أداء وظائفه المختلفة، غير أن معظم هذه المفاهيم تستخدم إطارا بيولوجيا في الغالب يعتمد أساسا فكرة النضج البيولوجي، وبذلك فهي تحدد فترة الشباب من جانب عضوي أي كل ماله علاقة بالتطور البيولوجي لدى الفرد، حيث يؤكد البيولوجيون أن نقطة بداية الفترة تتمثل في حدوث تحولات واسعة وعميقة في ملامح جسم الشباب، إذ تتلاشى عندها الرهافة ودقة السمات المميزة للطفولة وتحل محلها حالة من الفظاظة النسبية الناتجة من اختلاف نسب أعضاء الجسم وأطرافه خاصة اليدين والساقين، ولكن فترة الشباب لا تتضمن التغيرات البيولوجية فحسب، بل تتضمن أيضا تغييرات بيئية، نفسية، تجعل الشباب أهم فئة في المجتمع (محمد، 1985، ص25).

ويلاحظ على العموم، أن وجود الفروق لدى المختصين في تحديد مفهوم الشباب يعود غالبا إلى اختلاف النقاط المرجعية أو المعايير التي يعتمد الباحثون عليها في التحديد من جهة، وإلى اختلاف السياقات أو الظروف التي تلاحظ فيها الظاهرة من جهة أخرى، فالبعض يهتم بالنمو الجسمي والجنسي، وآخرون يهتمون بالنمو النفسي، وفريق ثالث يركز على تغير الوضع الاجتماعي والأدوار



الاجتماعية، وتختلف السياقات باختلاف الطابع الحضاري، والنظام الاجتماعي، والمستوى الاقتصادي والاجتماعي، وما إلى ذلك.

وتشهد مرحلة الشباب نموا وتحولات هامة وسريعة، فعلى الرغم من أن النمو أمر غير جديد بالنسبة للشباب، فهم ينمون منذ أن خلقوا، إلا أن تجربة النمو في مرحلة المراهقة أو بداية الشباب تعتبر تجربة فريدة بالنسبة لهم بالنظر إلى شمولها وسرعتها والنتائج الهامة التي تترتب عليها سواء بالنسبة لهم أو بالنسبة للمجتمع، حيث تشهد هذه المرحلة تحولات واضحة وهامة في اهتمامات الشباب الاجتماعية وسلوكهم الاجتماعي، وبالنظر إلى خطورة هذه التحولات، والسرعة- وربما الفجائية -التي تتحقق بها، فإنها تترك آثارا بعيدة المدى في نفسياتهم، وتتسبب بتغيير أو نشأة حيثيات وجوانب عديدة في حياة الشباب، حتى أن بعض علماء الاجتماع يطلقون على هذه الفترة مسمى "أزمة بداية الشباب"، ويعتبرون أن أخطر جوانب أزمة بداية الشباب هي ما يعرف بإسم "أزمة الهوية" التي تنشأ من عدم قدرة الشاب على فهم ذاته الجديدة، وتقبلها، والتعامل معها، وهي أزمة يتوقف على حلها استمرار نضوج الشخص بشكل سوي، وهذا في نظر البعض، هو مصدر كثير من المشكلات في هذه المرحلة (سويف، 1970، ص227-277).

وبهذا تعتبر مرحلة الشباب، مرحلة تغير جذري كمي ونوعي في ملامح الشخصية من ناحية أولى، وهي من ناحية ثانية، مرحلة تغير سريع متلاحق لا يترك لبعض الأفراد فرصا كافية لإعادة التنظيم والتكيف، ومن ثم فهي فترة يضطرب فيها اتزان الشخصية، ويرتفع مستوى توترها بحيث تصبح معرضة للانفجارات الانفعالية المتتالية وتختل علاقاتها الاجتماعية بأعضاء الأسرة وأصدقاء المدرسة، وهي من ناحية ثالثة، عملية غير بسيطة، تتميز بدرجة عالية من التعقيد والتشابك، وتتداخل فيها عوامل جسمية ونفسية واجتماعية وحضارية عديدة، تلعب-بشكل أو بآخر-دورا حاسما في تحديد مسارها



ونتائجها، ولهذا فإنها، من ناحية أخيرة، تختلف في مسارها وما يترتب عليها من مجتمع إلى آخر، ومن حضارة فرعية إلى حضارة فرعية أخرى (عبد القادر، م.س، ص53).

إذن يمكن مما سبق استخلاص أن مرحلة الشباب هي المرحلة التي تتحلل أو تختفي خلالها العادات التوافقية الطفولية، وتكتسب فيها عادات توافقية جديدة تلائم المعطيات الفسيولوجية والعقلية والاجتماعية التي يعيش فيها الشاب بعد أن تتاح له فرص إدراكها، وهي عملية يتحول فيها الطفل تدريجيا إلى الرشد عبر حلقات متصلة من الإعداد الاجتماعي المقصود وغير المقصود.

سمات وخصائص الشباب

هنالك سمات وخصائص عامة للشباب في هذه المرحلة، أهمها (عليوة ومحمود، 2001، ص56-57):

1. الميل الاجتماعي، فالشاب اجتماعي بطبعه، وهذا يعني الميل الطبيعي للانتماء لمجموعة اجتماعية يعطيها وتعطيه.
2. الديناميكية، ذلك أن الشباب طاقة للتغيير والتشكيل.
3. طاقة إنسانية تتميز بالحماسة، الحساسية، الجرأة والاستقلالية وازدياد مشاعر القلق، والمثالية المنزهة عن المصالح والروابط.
4. فضول وحب استطلاع، فهو يبدو دائم السؤال والاستفسار في محاولة لإدراك ما يدور من حوله والإلمام بأكبر قدر من المعرفة المكتسبة مجتمعيا.
5. بروز معالم استقلالية الشخصية، والنزوع نحو تأكيد الذات.
6. ميل قوي إلى النقد، لأنه ينطلق من مثاليات أقرب إلى الطوباوية، ونقده يقوم على أساس أن الواقع يجب أن يتطابق مع تفكيره المثالي.
7. لا يقبل بالضغط والقهر مهما كانت الجهة التي ترأس هذا الضغط عليه



سواء كانت سلطة أو أسرة، وهذا السلوك جزء من العنفوان الداخلي للشباب والاعتداد بالنفس وعدم الامتثال للسلطة كتوجه تقدمي.

8. درجة عالية من الديناميكية والحيوية والمرونة، المتسمة بالاندفاع والانطلاق والتحرر والتضحية.

9. بدء التفكير في خيارات الحياة والمستقبل، الزواج، التعليم، الثروة.

10. اضطراب اتزان الشخصية وارتفاع مستوى توترها، حيث تصبح معرضة لانفجارات انفعالية متتالية واختلال علاقاتها الاجتماعية مع الأسرة والأصدقاء وغيرهم.

11. قدرة على الاستجابة للمتغيرات من حوله وسرعة في استيعاب وتقبل الجديد المستحدث وتبنيه والدفاع عنه، وهذه السمات تعكس قناعة الشباب ورغبته في تغيير الواقع الذي وجد فيه وإن لم يشارك في صنعه.

أثر تكنولوجيا الاتصالات وثورة المعلومات على الشباب

يتفق التربويون وعلماء الاجتماع أن تكنولوجيا الاتصالات وثورة المعلومات قد أثرت تأثيرا بالغا على الشباب، لكنهم يختلفون في تحديد طبيعة هذا التأثير؛ ذلك أن بعضهم يرى العديد من الإيجابيات التي يجنيها الشباب من التطور الذي يشهده عصرنا في تكنولوجيا الاتصالات وثورة المعلومات، في حين يرى بعض آخر العديد من السلبيات الخطيرة التي تواجه الشباب نتيجة هذا التطور.

حيث يري المتفائلون من التربويين وعلماء الاجتماع، أن تكنولوجيا الاتصالات وتطبيقاتها المختلفة تساعد الشباب على تنظيم أسلوب حياتهم وطريقة تفكيرهم، كما تعزز التماسك الاجتماعي وتطور أنماط التفاعل الاجتماعي من خلال تدعيم التفاعل مع كافة المستويات لديهم، وبالتالي فإنها



تساهم في تطوير ودعم التراث الثقافي والإنساني العالمي، الأمر الذي يؤدي إلى زيادة الحوار الاجتماعي بين الشعوب ومن ثم تكوين صداقات جديدة مع مجموعات ذات اهتمام مشترك تسهل معها عمليات الاتصال والتعامل عبر المسافات بين الأجيال (إبراهيم، 1998، ص88).

في حين أن الجانب الآخر منهم يعبرون عن مخاوفهم على الشباب من هذا التقدم السريع، فهم يرون أنه يؤدي إلى الفردية، وقلة فرص العمل، وزيادة البطالة، نظرا لإحلال التكنولوجيا محل العمالة، واختفاء الخصوصية، وتسطيح المعلومات، مما يترتب عليه ضياع الهوية القومية والثقافية للشباب، ومن ثم انهيار القيم والأخلاق، حتى أن فريقا منهم تصل مخاوفه وتحفظاته إلى درجة اعتبار أن التغيرات التي تحققت في مجال تقنية الاتصالات والتي سمحت بقدر كبير من تبادل المعلومات وخدمات الاتصال ساهمت في زيادة شعور العزلة لدى الشباب وانسحابه من دائرة العلاقات الاجتماعية، وهذا أدى إلى زيادة معدلات الجريمة والعنف والانحراف بين الشباب (العصيل، 2001، ص26-30).



المبحث الثاني

الأسرة

التحديد - السمات - أثر التكنولوجيا

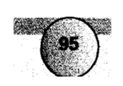
الأسرة

تمثل الأسرة الوحدة الاساسية التي يقوم عليها المجتمع، وهي الوحدة الاجتماعية الصغرى التي تعكس حال المجتمع، فإذا كانت قوية أو ضعيفة متماسكة أو مفككة، يكون المجتمع مثلها، كذلك فإن أي تغيير يطرأ على المجتمع، ينعكس عليها، فالأسرة تؤثر وتتأثر في المجتمع بشكل كبير ومتبادل، حيث تشير الدراسات الانثروبولوجية إلى أن الأسرة ومنذ المراحل الأولى من مراحل التطور الاجتماعي شكلت أساس الوجود الاجتماعي، وعن طريقها حقق الفرد ذاته (الشلان، 2004، ص121).

تعريف ومفهوم الأسرة

على الرغم من اختلاف وجهات النظر نحو تعريف الأسرة، إلا أن هناك اتفاق حول أهمية الأسرة كنظام اجتماعي يؤدي إلى وظائف ضرورية حيوية للمجتمعات الإنسانية، ومن بين هذه المفاهيم نجد أن الأسرة هي بمثابة الوحدة الأساسية التي يقوم عليها هيكل المجتمع، فالأسرة كإحدى وسائل التنشئة الاجتماعية تعتبر من أهم الأنساق المسؤولة عن نقل ثقافة المجتمع لأعضائها، وتلقين أفرادها معايير السلوك والاتجاهات والقيم.

ويعرفها كونت بأنها: "الخلفية الأولى في جسم المجتمع وأنها النقطة الأولى التي يبدأ منها التطور وأنها الوسط الطبيعي الاجتماعي الذي ترعرع فيه الفرد" (نقلا عن بيومي وناصر، 2005، ص20).



أما جورج ميردوك فيعرفها على أنها: "جماعة اجتماعية يقيم أفرادها جميعا في مسكن مشترك، ويتعاونون اقتصاديا ويتناسلون، وهذه الجماعة تتكون من ذكر وأنثى بينهم علاقة اجتماعية يقرها المجتمع" (نقلا عن وصفي، 1971، ص165).

ويعرفها حسين عبد الحميد أحمد رشوان بأنها: "تعني من الناحية السوسيولوجية جماعة تربط أفرادها بروابط الدم والزواج، ويعيشون معيشة اجتماعية واحدة مما يترتب عليه حقوق وواجبات بين أفرادها كرعاية الأطفال وتربيتهم" (نقلا عن زياني، 2005، ص85).

كما تعرف بأنها: "الوحدة الأولى للمجتمع وأولى مؤسساته التي تكون العلاقات فيها في الغالب مباشرة ويتم داخلها تنشئة الفرد اجتماعيا، ويكتسب فيها الكثير من معارفه ومهاراته وميوله وعواطفه واتجاهاته في الحياة، ويجد فيها أمنه وسكنه" (نقلا عن عقلة، 1989، ص17).

وعرّفتها سناء الخولي بأنها: "جماعة اجتماعية أساسية ودائمة، ونظام اجتماعي ورئيسي، وهي ليست أساس وجود المجتمع فحسب، بل هي أساس الأخلاق والدعامة الأولى لضبط السلوك والإطار الذي يتلقى منه الإنسان أول دروس الحياة الاجتماعية" (الخولي، 1972، ص1).

وبهذا تعتبر الأسرة من أهم المؤسسات الاجتماعية والتربوية المسؤولة عن تزويد الجيل الجديد بالتربية والتعليم واكتساب الخبرات والمهارات والمؤهلات العلمية والتقنية التي تعد السبيل الوحيد لنهوض المجتمعات المعاصرة ورقيها وتقدمها، لذا نجد أن الأسرة تسعى من أجل زرع الخصال القيمة والسلوكية الإيجابية عند الأحداث والمراهقين والشباب، ورعايتهم من كل الجوانب، ومن أجل اكتساب أسس ومبادئ ومقومات الثقافة والتربية والتعليم، لكي يكونوا قادرين على المشاركة الفاعلة في بناء المجتمع وتطويره في كافة المجالات (الحسن، 2005، ص141).



إن الأسرة في المجتمع خلية هامة ورئيسية لتربية الطفل وتنشئته، فالولد يقضي ثلثي حياة الطفولة مع والديه في البيت ويأخذ من تلك البيئة صفاتها ومقوماتها وينشأ على القواعد النفسية والاجتماعية المؤسسة عليها (الجبلي، 2000، ص54).

فهناك عدد من الحاجات التي يحتاجها الطفل، ولا يمكن -على الأغلب- إشباعها إلا من خلال الأسرة، فالطفل يحتاج إلى إشباع عدد من الحاجات النفسية التي يؤدي اختلال أي منها إلى شعوره بالتوتر وعدم التوازن، ومن أبرز هذه الحاجات، الحاجة إلى الحب، والأمن، والانتماء، والرضا عن النفس، والثقة بها، وتحقيق الاستقلال النفسي والمادي، وإلى النجاح، وتقدير الآخرين، واللعب، وإلى وجود المثل الأعلى، والسلطة الموجهة التي تعينه على تكوين الإرادة، وبناء الضمير الحي (قاسم، 1998، ص117).

إذ تقوم الأسرة بإشباع حاجات الفرد وتحقيق إنجازات المجتمع عند قيامها بوظائفها الاقتصادية والتشريعية والتنفيذية والقضائية والدينية والتربوية، وتنظيم الإنجاب وإعالة الطفل، وترى سناء الخولي أن من وظيفة الأسر إنجاب الأطفال والمحافظة الجسدية على أعضائها ومنحهم المكانة والتنشئة الاجتماعية، وعلى ذلك يمكن أن تصنف أهم وظائف الأسرة على النحو التالي(القنطار، 1990، ص159):

1. حفظ النوع البشري وفق قواعد بشرية مبينة على الأخلاق بقصد التعمير والاستمرار.
2. تربية الأطفال وإكسابهم العادات والمعتقدات والخبرات اللازمة لهم وتنمية الشعور بالانتماء الأسري والاجتماعي وتكوين شخصيتهم.
3. توفير الأمن والطمأنينة للطفل ورعايته في جو من الحنان والمحبة، إذ يعتبر ذلك من الشروط الأساسية التي يحتاج إليها الطفل كي يتمتع بشخصية

متوازنة، فتلقنه العناصر الأساسية لثقافة الجماعة ولغتها وقيمها وتقاليدها ومعتقداتها.

4. تأمين الاستقرار النفسي لأفراد العائلة وتفريغ الشحنات العاطفية، بتوفير علاقات الاهتمام والتكامل لأفرادها، والأمن النفسي لخلق إنسان متزن ومستقر يشعر بالانتماء الأسري.
5. القيام بوظيفتها الحضارية بإنجاب الأطفال وتربيتهم ليتلاءموا مع الجيل الحاضر، ومنع أفرادها من اقتراف السلوكيات غير الاجتماعية التي لا تتفق وقيم المجتمع .
6. القيام بوظيفتها الاقتصادية بتوفير الاحتياجات والمتطلبات اللازمة للحياة وتحقيق الأمن الأسري المادي.
7. تعكس الأسرة على المجتمع صفاتها فهي التي تكوّن الطفل وتصوّغه، وتحدد ميوله وتسد حاجاته وهي بذلك تعمل أولا على تكامل شخصيته.

في حين يلخص عياد الوظيفة التربوية للأسرة في محورين أساسيين هما (عياد، 1997، ص123):

1. أنها الأداة لنقل الثقافة والإطار الثقافي إلى الطفل، فعن طريقها يعرف ثقافة عصره وبيئته على السواء، ويعرف الأنماط السائدة في ثقافته.
2. أنها تختار من البيئة الثقافية ما تراه هاما، وتقوم بتفسيره وتقويمه وإصدار الأحكام عليه مما يؤثر على اتجاهات الشاب؛ ومعنى ذلك، أن الشاب ينظر إلى الميراث الثقافي من وجهة نظر أسرته، مما يجعله يتأثر بنوع الآمال التي تصنعها الأسرة لمستقبلها، فهي تنقل الميراث الثقافي بطريقتها الخاصة، وتطبع الثقافة عند نقلها إلى أبنائها بصورتها الخاصة، ومن هنا تتكون معالم الشاب وقيمه، ولا يستطيع أن ينعم بالاستمرار والهدوء في حياته ومجتمعه إلا إذا امتص هذه المعايير والقيم واعتبرها جزءا من كيانه.

كما تقوم الأسرة في نطاق عملية التنشئة الأسرية بالأدوار التربوية التالية (الفراح، 1982، ص89):

1. لها دور تربوي متفرد في المراحل الأولى من عمر الطفل فهي المختص بالحضانة والتربية.

2. تعد المؤسسة الأساسية في تعليم الطفل الأخلاق والقيم الدينية في جميع المراحل.

3. تقوم بعرض القواعد الأولى في التكوين والتنشئة عن طريق الثقافة المنزلية الرامية إلى تشكيل وجدان الطفل.



المبحث الثالث

التنشئة الأسرية

المفهوم - الخصائص - الأدوار

مفهوم التنشئة الأسرية

يعرف علماء الاجتماع التنشئة الأسرية بأنها عملية استدخال المهارات والقيم والأخلاق وطرق التعامل مع الآخرين عند الفرد، بحيث يكون الفرد قادرا على أداء مهامه ووظائفه بطريقة إيجابية وفاعلة تمكنه من تحقيق أهدافه الذاتية وأهداف المجتمع الذي ينتمي إليه ويتفاعل معه، فهي عملية لاستدماج الفرد في الإطار الثقافي العام؛ أي خلق آلية أو (ميكانيزم) عقلية لاشعورية يتشرب بواسطتها الإبن المعايير والقواعد الموجهة والضابطة للسلوك من البيئة الأسرية والمجتمعية، فقد عرفت التنشئة الأسرية بأنها طريقة صقل خبرات ومهارات وقيم الفرد في مجال يمكنه من إحراز التكيف الاجتماعي والحضاري للوسط الذي يعيش فيه. (الحسن، 2005، ص239).

وهناك من عرف التنشئة الاجتماعية على أنها ضرب من ضروب التعلم والتربية الاجتماعية تؤديه الأسرة بطريقة تمكن الفرد من إحراز القبول والرضا الاجتماعي من قبل الآخرين، وتمكنه من اكتساب خبرات وتجارب جديدة تجعله ممثلا حقيقيا للكل الاجتماعي (الحسن، م س، ص234).

خصائص التنشئة الأسرية

للتنشئة الأسرية مجموعة خصائص تتمثل في العمليات التالية (القحطاني، 2003، ص30):

1. عملية تعليم وتعلم وتربية تقوم على التفاعل العائلي والاجتماعي، وتستهدف إكساب الفرد سلوكا ومعايير واتجاهات مناسبة لأدوار اجتماعية تمكّنه من مسايرة الجماعة والتوافق معها.

2. عملية اجتماعية أساسية تعمل على تكامل الفرد في جماعة الأسرة ثم الجماعات الأسرية الأخرى.
3. عملية إيجابية بنائية متدرجة، فهي تغرس وتستدمج في أفراد الأسرة المكونين للمجتمع المعايير والقيم.
4. عملية تتأثر بفلسفة وثقافة المجتمع، ومن ثمة فهي عملية متغيرة تختلف من مجتمع لآخر ومن جيل لآخر.
5. عملية تتسم بالشمول والتكامل فهي تشمل كافة أفراد المجتمع، كما أنها تربط بين النظم الاجتماعية والمؤسسات وتنسق بينها.

دور أفراد الأسرة في عملية التنشئة الاجتماعية

تلعب الأسرة دورا هاما في التنشئة الاجتماعية، إذ يتلقي الأبناء تدريباتهم الأولى في الحياة من خلالها، حيث يعتمدون اعتمادا كبيرا على الوالدين، مما يؤدي إلى تكوين علاقة عاطفية وثيقة بين الآباء والأبناء، فعدم وعي الوالدين بمسؤوليتهما تجاه الأبناء واستخدامهما القسوة الزائدة أو التدليل في التنشئة عادة ما يكون له آثار سلبية على الأبناء (حسن، 1980، ص68).

ذلك أن دور الأسرة في التربية بصفة عامة، وفي تربية الأبناء بصفة خاصة، لا يماثله أي دور لمؤسسة تربوية أخرى، لما لهذا الدور من أثر في تشكيل شخصية الفرد تشكيلا يبقى معه بعد ذلك بشكل من الأشكال، ونظرا لأن الكبار أكثر مرونة وقدرة، يقع عليهم العبء الأكبر، فيتغير سلوكهم ليتناسب مع القدرات الطبيعية للأطفال (بدير، 2004، ص148).

ويعد الآباء الأعمدة الأساسية للبيئة المحيطة بالأبناء، وكذلك الإخوة، فما تقدمه هذه الأطراف، يحدد نوع البيئة التي يترعرع فيها الإبن، أي أنهم يقدمون له النموذج الذي يعيش فيه.

دور الأم:

الأم هي المدرسة الأولى في حياة الانسان، لما لها من دور عظيم في إعداد وتنشئة أجيال المستقبل، وعلى عاتق الأم تقع أكبر المسؤوليات في إعداد الأولاد وتوجيههم ليكونوا ماهياتهم، واستعداداتهم، وطاقاتهم الشخصية، وبهذا فإن أهم الأدوار التي تقوم بها الأم ما يلي (مختار، 2004، ص 44-53):

1. من الناحية الفيسيولوجية: الإرضاع، التغذية المتوازنة، وتعويد الطفل على النظافة.

2. من الناحية العقلية: تعليم الأولاد ومتابعتهم، ومساهمتها في النمو اللغوي للطفل والتواصل الكلامي.

3. من الناحية الحسية: تنبيه حواس الطفل واستجاباته للمثيرات الاجتماعية، وتنمية أنماط الميزات الحسية.

4. من الناحية الاجتماعية: تنشئة الطفل تنشئة قائمة على المحبة والديمقراطية والتسامح والتعزيز، وتربية الأولاد على التعاون والتعارف والصفح والجرأة في حدود اللياقة والأصول.

5. من الناحية الجنسية: تعليم الأم أطفالها وتوعيتهم عند وصولهم مرحلة المراهقة، وتثقيفهم بالقضايا التي تتعلق بالجنس والغرائز والزواج ومعرفة ما يحل لهم وما يحرم عليهم.

6. من الناحية الخلقية: على الأم تنمية الجوانب الخلقية والأخلاقية في شخصية الأبناء، وحثهم على الأخلاق الحميدة والصدق والأمانة والاستقامة. . . .الخ، فعلا وتنظيرا.

7. من الناحية الإيمانية: تقوم الأم بتقرير التربية الدينية إلى الطفل وتعويده على ممارسة سائر العبادات.

دور الأب:

في النمط التقليدي لدور الأب فإن السلطة تتركز -على الأقل من الناحية الشكلية- في يده، كونه هو الذي يعول الأسرة اقتصاديا ويمثلها في المجتمع، وهو الذي يعمل طوال الوقت، وهذا أكسبه دورا مسيطرا أعطى له السيطرة على الزوجة والأبناء، وعلى الرغم من أن تربية الأولاد تعد من مسؤولية الأم في الدرجة الأولى، إلا أن قرار الإستمرارية في تعليم الأبناء ونوعيته يدخل فيه الأب بشكل مباشر، كذلك فإن الأب يدخل بصفة خاصة في تربية الذكور وتوجيههم واتخاذ القرارات الخاصة بهم، أما الإناث فغالبا ما يكن ملتصقات بأمهاتهن، فالآباء يزودون أبناءهم بالأدوار التي سوف يلعبونها في المراحل المستقبلية، الأمر الذي يجعل من تواجد الأب داخل كيان الأسرة تواجدا ضروريا وحيويا، فهو الذي يمارس مهام ووظائف تعجز الأم عن القيام بها. (بيومي وناصر، 2005، ص294).

دور الإخوة:

إن التفاعل بين الإخوة يمهد للإنتقال إلى التفاعل مع الرفاق، فالتنافس بين الإخوة على الفوز باهتمام الوالدين يعد من أبرز خصائص التفاعل داخل الأسرة، كما أن عدد الإخوة في الأسرة الواحدة والسنوات الفاصلة بين كل منهم، عاملان يؤثران على نوعية التفاعل فيما بينهم، فالطفل الثاني يقلد أخاه الأكبر والثالث يقلد الثاني والأول، كما تتأثر الرعاية الأسرية للطفل من ناحية الطفل الذكر بمفرده بين إخوة إناث، والبنت بين إخوة ذكور (منصور والشربيني، 2001، ص112).

وفي دراسة لـ فكتور سيسرلي 1977 وجد أن أثر الإخوة في التنشئة الاجتماعية والأسرية لإخوانهم يكون أقوى من أثر الوالدين، أي أن الإخوة الأكبر يعلمون الإخوة الأصغر، فالأخ الأصغر عمرا يمكنه أن يفهم مشاكله

بشكل أفضل من قبل أخيه الأكبر، إذ تفوق درجة التواصل بينهما درجة التواصل مع الوالدين في أغلب الأحيان، خصوصا في المواضيع المتعلقة في العلاقات بالرفاق والمعلمين، أو الموضوعات المتعلقة بالمشكلات والسلوك الجنسي، والمظهر الجسمي والخارجي، وتشير دراسة ليدرمان عام 1975 إلى أن رعاية الإخوة الأكبر خاصة الإناث منهم للإخوة الأصغر تدربهم وتهيئهم للحياة الوالدية مستقبلا (نقلا عن الريماوي، 1998، ص352).

العلاقات الأسرية:

هي تلك العلاقات التي تقوم بين أدوار الزوج والزوجة والأبناء أي أنها طبيعة الاتصالات والتفاعلات التي تقع بين أعضاء الأسرة الذين يقيمون في منزل واحد وتشمل العلاقات التي تقع بين الزوج والزوجة، وبين الزوجين والأبناء، وبين الأبناء أنفسهم (غيث، 1992، ص347).

التواصل في العلاقات الأسرية وأهميته للشاب

تعد الأسرة أهم عنصر فعال في التأثير المباشر وغير المباشر على شخصية الشاب واتجاهاته وسلوكه داخل المجتمع، كما أنها الوحدة الاجتماعية الأولى التي يقع عل عاتقها تنمية وعي الشاب واهتمامه بالبيئة وما يرتبط بها من مشكلات وإكسابه المهارات والمعارف والاتجاهات الإيجابية نحو مواجهة المشكلات القائمة وتجنب ظهور مشكلات أخرى بقدر الإمكان، ومن الأمور البديهية أن أي خلل في البيئة الأسرية وتواصلها مع أبنائها يؤدي إلى عجز هذه البيئة عن أداء وظائفها ويؤثر على العلاقات والتفاعلات داخلها.

وبالطبع فإن لكل بيئة أسرية خصائصها التي تميزها وتجعل لها هوية تختلف عن غيرها من الأسر، لكن هناك مجموعة من الخصائص والسمات العامة التي يكون مصدرها المجتمع حيث تتفق عليها الأسر وتتمثل بناء عليها الخصائص العامة للمجتمع.

وعلى اعتبار أن الأسرة هي المؤسسة الأولى والأساسية من بين المؤسسات الاجتماعية المتعددة المسؤولة عن إعداد الشاب للدخول في الحياة الاجتماعية، ليكون عنصرا صالحا فعّالا في إدامتها على أساس الصلاح والخير والبناء الفعّال، فهي نقطة البدء التي تزاول إنشاء وتنشئة العنصر الإنساني، وهي البداية المؤثرة في كل مراحل الحياة إيجابا وسلبا، فالعلاقات الأسرية لها دور كبير في توثيق بناء الأسرة وتقوية التماسك بين أعضائها ولها تأثيراتها على نمو الشاب وتنشئته، وإيصاله إلى مرحلة التكامل والاستقلال؛ وذلك باعتبار أنّ الأجواء الفكرية والنفسية والعاطفية التي تخلقها الأسرة للشاب تمنحه القدرة على التكيّف الجدّي مع نفسه ومع أسرته ومع مجتمعه (مركز الرسالة، 2007، ص7).

والأسرة هي صاحبة المسؤولية الأولى في الإشراف على نمو الشاب وتكوين شخصيته وتوجيه سلوكه، بل هي الحصن الذي تنمو فيه بذور الشخصية الإنسانية وتتوضح فيه أصول التطبيع الاجتماعي، فهي بحق شكل اجتماعي يتميز بطابع ثقافي يختلف من مجتمع لآخر؛ بحيث أن هذا النظام الثقافي في الأسرة يعمل على تلقين وطبع، ثم تنشئة الفرد منذ نعومة أظافره.

إذ أن هذه التنشئة، هي بمثابة عملية تشكيل وإعداد أفراد إنسانيين في مجتمع معين، وفي زمن معين، وفي مكان معين حتى يستطيعوا اكتساب المهارات والقيم والاتجاهات وأنماط السلوك المختلفة التي تيسر لهم عملية التعامل مع البيئة الاجتماعية التي ينشأون فيها. ولا تتم تلك التنشئة إلا عن طريق التفاعل الدائم مع البيئة الاجتماعية التي يتواجد فيها؛ ألا وهي الأسرة التي تحدد للشاب أهم المواقف الاجتماعية التي يقابلها إبان سنوات طفولته، ومدى تفاعله مع هذه المواقف ومعايير توافقه فيها (أحمد، 1999، ص212)

ولابد إذن، من التطبيع الاجتماعي الذي عن طريقه يوجه الشاب لكي يسير على نهج حياة أسرته، والجماعات الاجتماعية الأكبر والتي يجب أن ينتمي إليها ويسلك في غمارها بصورة مناسبة، وبذلك يصبح في النهاية مؤهلا سلفا



وجديرا لدور الراشد الناضج؛ باعتبار أن الأسرة هي المسؤولة الأولى عن تكوين ونمو الضبط الكامن لدى أبنائها (العيد، 2004-2005، ص 27).

وتتسم العلاقات بين الأفراد في البيئة الأسرية السوية بالنضج والإشباع المتبادل، وهي التي يكون التواصل بين أعضائها صريحا ومباشرا وواضحا ولديها قواعد ظاهرة وغير ظاهرة، وتتقبل التغيير والضغط كجزء من الحياة مع وجود أدوار تتفق وإمكانيات الأفراد ووجود توازن أسري يتسم بأنه سوي (مؤمن، 2004، ص 10).

وبهذا يمكن القول، أن الأساليب الحوارية داخل الأسرة لها دور فعال وأساسي في تنشئة الشاب، بل هي طرق تنمية فكر الإنسان وتنظيم سلوكه وعواطفه، وبناء شخصيته المتميزة لتحقيق صلاحه ونجاحه في جميع مجالات حياته (الفندي، 2003، ص208).

حيث يؤدي التماسك الأسري بين أفراد الأسرة الواحدة إلى إحساس كل فرد منها أنه ليس وحيدا مشردا ضائعا في الحياة، فاستقرار الأسرة متعاونة مترابطة بجميع أفرادها يؤدي لرد الشاب عن طريق الانحراف ومحاسبته على سلوكه وتثبيت دعائم هذه البيئة العائلية المتماسكة. (السيد محمد، 1988، ص117).

وفي دراسة شاملة تعاون فيها عاملون في التربية والتعليم والرعاية الصحية وخبراء المشورة الأسرية وبعض هيئات الخدمات التطوعية حدد الباحثون 12 سمة للأسرة السوية هي (تريزاويب، 2004، ص5):

1. يسمعون ويتواصلون مع بعضهم البعض.
2. يشجعون ويساندون بعضهم بعضا.
3. يحترمون بعضهم بعضا.
4. يثقون ببعضهم البعض.
5. قادرون على اللعب والفكاهة معا.

6. يشتركون معا في المسؤولية.
7. يعلمون بوضوح الفرق بين الخطأ والصواب.
8. لديهم عادات وتقاليد أسرية محترمة.
9. لهم انتماء ديني وحياة روحية مشتركة.
10. يحترمون الخصوصية.
11. يقدرون قيمة خدمة الآخرين.
12. يعترفون باحتياجهم للمساعدة ويطلبونها.

وينجلي من هذه السمات للأسرة السوية أهمية ترابط العلاقات بين أفرادها وتواصلهم، واعتبار انعدام التواصل القوي بين أفراد الأسرة على أنه مؤشر على اختلالها.

وبهذا يكون الحوار ركنا أساسيا في النمو النفسي السليم للشاب، كما أنه ضروري للنضج الاجتماعي، فلا يمكن للشاب أن يتعامل اجتماعيا وبشكل سليم إذا لم يكن عنده قدرة وملكة الحوار، وفي عصرنا الراهن تراجع الترابط الأسري إلى حد بعيد، ومع غياب هذا الترابط غاب الحوار، الذي يؤدي بلا شك إلى نتائج سلبية على الشاب، أهمها (المعداوي، 2006):

1. عدم قدرته على التواصل مع الآخرين.
2. تدني مفهوم الذات والثقة بالنفس لديه.
3. تأثر الاستقرار النفسي والتكيف الاجتماعي لديه.
4. انخفاض المهارات الاجتماعية التي تكتسب في العادة من خلال التواصل والحوار مع الآخرين.

المبحث الرابع

تراجع دور الأسرة في عصر التكنولوجيا

مقدمة

يتفق معظم علماء الاجتماع والتربويين على أن دور الأسرة في التنشئة وترابطها ودرجة التواصل بين أعضائها، والتفاعلات الأسرية، بدأ في التراجع والانحسار في عصرنا الحاضر، حيث يشار إلى أن ساعات التواصل بين أفراد الأسرة أصبحت محدودة أو قليلة، وهذا مرتبط بتراجع دور الأسرة في المجتمع المعاصر لصالح مؤثرات أخرى كوسائل الإعلام، فبسبب التحول الاجتماعي الذي طرأ على أدوار كثير من مكونات المجتمع ووحداته فقد أصبحت الأسرة مشدودة إلى مؤثرات كثيرة، مثل طول ساعات العمل للوالدين أو أحدهما والاهتمام بقضايا حياتية كتوفير مصادر الدخل وتدبير موارد إضافية لإشباع احتياجات الأسرة، كل ذلك أثر على العلاقات الأسرية، فأصبحت ساعات التواصل بين أفراد الأسرة محدودة وأصبح الأبناء يبحثون عن إجابة لتساؤلاتهم في أجهزة الإعلام كالإذاعة والتلفزيون وشبكة الاتصالات والإنترنت . . . وغيرها من مصادر المعرفة، وقد أدى ذلك كله إلى إضعاف دور الأسرة في تكوين الثقافة التربوية للأبناء (بركات وحسن، 2008، ص10) .

وبهذا فقد أصبحت الأسرة المعاصرة تجد نفسها في مواجهة واقع مربك يجعلها تفقد معه مرجعيّتها التلقائية، التي كانت تعتبر أمرا بديهيا، فقد وضعت هذه الحالة الحضارية الجديدة التي فرضتها ثورة المعلومات والاتصال، والمتمثلة في الإنترنت، الأسرة في مواجهة ولادة عالم إلكتروني يقوم على سريان كم هائل من المعلومات وتبادلها وتداولها وتخزينها، وبقدر يتجاوز العالم الواقعي الطبيعي المعروف، للحلول محله بمقادير متسارعة ومتزايدة باستمرار، حتى بات التسارع وانعدام اليقين هو سمة الحياة، وبات كل شيء

يتقادم بسرعة، فلا تكاد تكنولوجيا معينة تطرح في السوق، حتى يكون الجيل التالي لها قد أصبح جاهزا كي يحل محلها، وغدا التسارع في كل شيء إحدى أبرز سمات الواقع.

ووسط هذا الكم من الإرباكات التي فرضت على الأسرة، وهذا التهديد الذي بدأ يهاجم وينخر في صميمها، بدأت مكانة الأسرة في التراجع، وأصيبت بحالة من الإرباك، جعلتها تفقد تواليا سيطرتها على تنشئة أبنائها، وربما تنشغل في الوصول لهويتها الجديدة، فجل الثوابت التي قامت على أساسها لعصور طويلة، تتغير أمامها.

فوجدت نفسها تمر قسريا بمرحلة انتقالية، فيها الكثير من أوجه التداخل والازدواجية ما بين النموذج الغربي والنموذج التقليدي لها، فهي الآن نواتية في السكن وإدارة الحياة، إلا أنها لا زالت ممتدة في شبكة العلاقات، ويتجلى ذلك في كثافة التفاعل والتزاور والتساند والتشاور، أي أنها أسرة نواتية ذات علاقات ممتدة، وفي هذا الكثير من التناقضات، كما أن مرجعيتها التاريخية باتت تتلاشى شيئا فشيئا، فمثلا إمتياز الكبار والوالدين الذي كان يقوم على فرض مرجعيتهم على الأبناء، لم يعد موجودا أو مقبولا.

هذا الإرباك الذي تواجهه الأسرة، انعكس كذلك على الأبناء، ووضع الشباب أمام صراع صعب، فالعالم الافتراضي الذي يعيشونه على الإنترنت يشدهم إلى فرصه وطموحاته وآفاقه المذهلة والمدهشة والواعدة والمثيرة للحيوية منقطعة النظير، والأسرة تجهد للحفاظ على أبنائها الشباب وارتباطهم بها واستمرارية رعايتها لهم من جانب؛ وتجهد، من جانب آخر، لأن توطن ذاتها للقبول بانطلاقهم في عالم الإنترنت الرحيب، وهنا يجد الشباب ذاته أمام مأزق تنعكس آثارها مباشرة على مكانته وعلاقاته الأسرية.



العلاقات الاجتماعية الإلكترونية وبنية المجتمعات الواقعية

تؤثر تكنولوجيا الاتصالات تأثيرا كبيرا على العلاقات الاجتماعية سواء على المستوى الفردي أو الجماعي، فمن الملاحظ أن التغيرات التي تحققت في مجال تقنية الاتصالات قد سمحت بقدر كبير من تبادل المعلومات وخدمات الاتصال والترفيه والتسلية والتثقيف، وأدت إلى تقوية وتوسيع شبكات الاتصال وظهور أنماط جديدة من الاتصال كالإنترنت وشبكاته الاجتماعية، مما أتاح للناس استخدامها في أغراض إضافية جديدة مثل توفير السلع والخدمات وممارسة الألعاب الذهنية والتعليم عن بعد، وغيرها.

وتعرف العلاقات الاجتماعية الإلكترونية بأنها: "جميع أوجه الاتصال الإنساني التي تتم في المجتمع بين أبناء المجتمع الواحد أو المجتمعات الإنسانية ككل وتتم من خلال وسائل اتصال إلكترونية" (إبراهيم، 1998، ص52).

النظرة لتأثير العلاقات الاجتماعية الإلكترونية على بنية المجتمعات الواقعية:

ترى الأدبيات الحديثة في النظرية الاجتماعية أن الاتصال عبر الإنترنت أثر على البنية الاجتماعية والثقافية للمجتمعات بشكل جذري، حيث يلخص أنطوني جيدنز الخصائص والسمات لهذه الآثار، بما يلي (نقلا عن ساري، 2008، ص 308):

1. إن التحولات والتغيرات الاجتماعية والثقافية التي يتصف بها المجتمع المعاصر، هي تحولات ذات قوة نابذة وطاردة للأفراد، وذات خصائص مشوشة ومضطربة.
2. إن الأفراد في المجتمعات التي ينتشر فيها هذا النوع من الاتصالات، هم أفراد مقطعو الأوصال، بسبب استغراقهم وذوبانهم في خبرات يومية مجزأة ومبعثرة، وتعوزهم الرؤية الشمولية المتماسكة للحياة.

3. يشعر الأفراد في هذا النوع من المجتمعات بالعجز وضعف المقاومة وقلة الحيلة في مواجهة العولمة وطغيانها وجبروتها.

4. تخلو حياة الأفراد اليومية في هذه المجتمعات من أي معنى، بسبب سيادة أنظمة اجتماعية جافة تفتقر إلى الحياة والديناميكية، وتعمل على تفريغ حياة الأفراد اليومية من مغزاها ودلالاتها الاجتماعية الحميمة.

ويلاحظ أن نظرة الباحثين إلى نتائج الإنترنت على بنية المجتمع تكاد تنقسم إلى ثلاثة أقسام، فمن بينهم من يراه تغيير لبنية المجتمعات نحو الأفضل، ومنهم من يرى فيه تهديد خطير على العلاقات الاجتماعية بين الأفراد، وهنالك من يرى به الجانبين في آن واحد.

حيث يؤكد العصيل على عدد من الظواهر الإيجابية الناتجة عن تأثير تكنولوجيا الاتصالات على بنية المجتمعات، حيث أنها توفر معلومات متنوعة في جميع نواحي الحياة وهذه المعلومات تجعل الإنسان أكثر قدرة على تحسين نوعية الحياة ، كما أنها تجعل الاقتصاد أكثر ازدهارا وإنتاجية ، نتيجة التخلص من الوسطاء، كما تؤدي إلى زيادة الطلب على أشكال جديدة من الترفيه نتيجة للزيادة المستمرة في أوقات الفراغ ، بما يسهم في تحسين الأحوال المعيشية للبشرية (العصيل، 2001، ص26-30).

ويرى البعض كذلك أن التفاعل الاجتماعي الذي تتيحه تكنولوجيا الاتصالات الإلكتروني يروج للحوار الاجتماعي، ويعزز التماسك الاجتماعي، ويوفر طرقا وأنماطا جديدة للتفاعل الإنساني والاجتماعي، بالإضافة إلى ما يوفره من معلومات في جميع المجالات، مما يحسن من نوعية الحياة، ويساهم في حل المشكلات الاجتماعية، كالإدمان وغيرها، إضافة إلى أنه يزيد من فرص المشاركة في ألعاب جماعية وتكوين صداقات بما يزيد من ثقة الإنسان في الآخرين من خلال الاشتراك في موضوعات معينة مع

جماعات أخرى، ويسهم في زيادة أنواع الترفيه والتسلية بما يزيد من ثقافة الإنسان نتيجة ليسر الاتصال بجميع المؤسسات والأفراد، فضلا عما يوفره من حرية وسرية في العلاقات الاجتماعية (إبراهيم، 1998، ص881).

كما أكدت بعض الدراسات على أن تراجع الاعتماد على الصور الذهنية المسبقة والقوالب الجامدة في أثناء التفاعل عبر الإنترنت والمواقع الاجتماعية عليه قد ساعد في تفعيل النشاط الاجتماعي للفئات المهمشة في المجتمع الحقيقي، حيث لاحظ العلماء أن المشردين الذين لا سكن لهم والمعاقين عندما يتفاعلون مع آخرين عبر الإنترنت يتلقون تقديرا واحتراما قد لا يجدونه في الاتصال الشخصي وجها لوجه، أي أن هذه الطرق من الاتصال قد أعادت التقدير والاحترام للفئات المسحوقة اجتماعيا (عبد ربه، 2009، ص94-99).

ويعتبر آخرون أن الإنترنت يزيد من القدرة الاتصالية والتفاعلية للمستخدم؛ لأنه يعزز من قدرته على الاتصال بآخرين على الجانب الأخر من الكرة الأرضية بسرعة هائلة وتكاليف زهيدة، حيث يمكن للمستخدم أن يشارك في ألعاب جماعية مع آخرين في أنحاء الكرة الأرضية وتكوين صداقات جديدة، ويستطيع أيضا أن يلتقي بمجموعات تشاركه الاهتمام بموضوعات مشتركة معينة، الأمر الذي يزيد من ثقة الإنسان بالآخرين (حافظ، 1997، ص45).

أما بالنسبة للجانب الآخر من الباحثين الذين يتبنون موقف الحذر والريبة من الإنترنت لقناعتهم بوجود آثار سلبية للمجتمعات الإلكترونية على بنية المجتمع، فقد أشار البعض إلى أنها تسهم في تحقيق العزلة والفردية مقابل الاجتماعية بين أفراد الأسرة الواحدة، وبالتالي فهي تساهم في انهيار البناء الاجتماعي أو اللامبالاة بالشؤون المحلية للمجتمع، إضافة إلى حزمة من الآثار السلبية الأخرى التي لا يمكن التهوين أو التقليل من شأنها وأخطرها "إدمان الشبكة"، وهو ما يجعل الشخص يشعر بالتوتر والانزعاج إذا توقف عن استخدامها أو ابتعد عنها، وبالتالي يتحول استخدامه لهذه المواقع إلى سلوك قسري (عمار وأبوزيد، 2002، ص43).

وفي ذات السياق فإن البعض يرى بأنها تؤثر سلبيا على العلاقات الاجتماعية، حيث أنها تزيد من انعزالية الأفراد وانسحابهم من دائرة العلاقات الاجتماعية وتعميق إحساسهم بالوحدة، الأمر الذي يفقدهم بمرور الوقت القدرة على ممارسة علاقات إنسانية حميمة، وكذا القدرة على التعاطف مع الآخرين، إضافة إلى أنها تعمل على تفكك المجتمعات وزيادة البطالة والعنف وانتشار الجريمة وابتكار أساليب جديدة لتنفيذها وانتشار الأفكار الهدامة واندثار اللغات وتهديد الأمن العالمي وزيادة الحروب وانتشار الأسلحة الفتاكة ، وسيطرة المجتمعات الغنية على المجتمعات الفقيرة ، وزيادة عمليات السرقة وضياع حقوق الناشرين والمؤلفين وتقليص الخبرات المشتركة، وبالتالي ضياع هوية المجتمع وصعوبة الحفاظ على القيم (مكاوي، 1997، ص565- 571).

وعن الآثار الاجتماعية والثقافية لثورة المعلومات يؤكد الباحثون أن هذه الثورة سوف تمكن الدول المتقدمة أن تملي الثقافة وأنماط الاستهلاك واللغة على الآخرين بما يمكن أن يؤثر مستقبلا على هوية هذه المجتمعات، هذا بالإضافة إلى ما تسببه من تنميط المعلومة (العصيل، 2001، ص26-30).

ويشير الدكتور رأفت رضوان رئيس هيئة تعليم الكبار في مصر إلى قلقه من تأثير عصر المعلومات في بنية المجتمعات العربية ذلك أنه أحدث فجوة في العلاقات بين الأفراد، والأسر، ومجتمع الأعمال، والمناطق الجغرافية على المستويات الاقتصادية والاجتماعية المختلفة فيما يخص المتاح أمامهم من فرص للوصول إلى المعلومات وتكنولوجيا الاتصالات واستخدام شبكة الإنترنت في مدى واسع ومتنوع من الأنشطة، موضحا أن ثورة الاتصالات والمعلومات اقترنت بمفهوم" الاختراق الثقافي" (رضوان، 2007).

كما يلاحظ أن العديد من المهتمين العرب كانوا لسنوات غير بعيدة، يعتقدون أن المجتمع العربي في مأمن من الآثار الاجتماعية والثقافية السلبية للإنترنت، ذلك أنهم كانوا يتصوروا أن تلك الآثار لا تؤثر في المجتمع العربي



بمقدار التأثيرات التي أحدثتها في المجتمع الغربي، لكن انتشار الإنترنت الذي شهده العالم العربي مؤخرا، وإقبال فئة الشباب - على وجه الخصوص- على التعامل معه والمشاركة في مواقعه الاجتماعية مثل (الفيس بوك) وتويتر وغيرها، واستغلالها (الفيس بوك) - على وجه الخصوص- بالتنظيم للتحركات الواسعة في الشارع العربي بما أطلق عليه "ربيع الثورات العربية"، أثبت عكس هذا الاعتقاد، ودعم من إدراك قدرة هذه الوسيلة الاتصالية على إحداث التغييرات والتأثير في المجتمع العربي وبنيته الاجتماعية.

الفصل الرابع

نظرية الإستخدامات والحاجات في تفسير الإقبال على الفيس بوك

4

الفصل الرابع

نظرية الإستخدامات والحاجات
في تفسير الإقبال على الفيس بوك
النظرية - التفسير

مقدمة

من يحاول الاطلاع في أيامنا على النظريات الإعلامية لا بد أن يلاحظ - بشكل أو بآخر - إفتقار التنظير الإعلامي بشكل عام إلى نظريات حديثة تختص بخصائص وسائل الإعلام الإلكترونية الحديثة متعددة الوسائط وما ينتج عنها، فحتى نظرية مارشال ماكلوهان المسماة بتكنولوجيا وسائل الإعلام وتأثيرها على المجتمعات والتي تعد من النظريات الحديثة نسبيا فإنها لم تعد تلبي احتياجات مجتمعاتنا المعاصرة من حيث الوصف والتفسير، فهو يصف - على سبيل المثال - العالم على أنه أصبح قرية صغيرة، بفعل التطور التكنولوجي والتقني لوسائل الاتصال والإعلام (ماكبرايد، 1981، ص326)، إلا أن الواقع الحاضر يبين أن الأمر تعدى هذا الجانب وأصبح العالم أصغر كثيرا من القرية، وانطلاقا من أن أكثر عناصر العملية الاتصالية ثباتا هو الجمهور - مع أنه ثبات نسبي وليس مطلقا- كانت نظرية الاستخدامات والإشباعات المتعلقة بخيارات الفرد في اختيار وسيلة الإعلام التي تلبي وتشبع رغباته هي الأقدر - من وجهة النظر الشخصية- على التواؤم والانسجام مع واقع الإعلام الجديد، في تفسير الواقع ووصفه.

المبحث الأول

نظرية الاستخدامات والإشباعات

ظهرت نظرية الاستخدامات والإشباعات عام 1959على يد (إلياهو كاتز)، لتشكل منحنى جديدا في نظرة منظري الإعلام للعملية الإعلامية برمتها، حيث حولت الانتباه من التركيز على الرسالة الإعلامية إلى التركيز على الجمهور الذي يستقبل هذه الرسالة، وبذلك انتفى المفهوم الذي كان سائدا قبلها والمتمثل بالتسليم شبه المطلق بقوة وسائل الإعلام، حيث كان الاعتقاد بأن متابعة الجمهور لوسائل الإعلام تتم وفقا للتعود على الوسيلة الإعلامية وليس لأسباب منطقية (العبد، 2005، ص18)، أي أن الاعتقاد الذي كان سائدا قبل خروج هذه النظرية تمثل بالتسليم لقوة تأثير وسائل الإعلام على الجمهور، فكان يرى أن طبيعة بناء الرسالة الإعلامية هو وحده الذي يؤثر على اختيار الأفراد للتعرض لوسائل الإعلام الجماهيري، دون الإلتفات لإرادة الجمهور، وكأن الجمهور هو مجموعة من الأفراد فاقدي الإرادة يتم التحكم فيهم من قبل وسائل الإعلام كيفما شاءت أو أرادت.

فجاءت هذه النظرية برؤية مختلفة تتمثل في إدراك تأثير الفروق الفردية والتباين الاجتماعي على السلوك المرتبط بوسائل الإعلام، حيث يختار جمهور المتلقين الوسيلة الإعلامية والمضامين الإعلامية التي يريد متابعتها بناء على عدة عوامل معقدة ومتشابكة من بينها: الخلفيات الثقافية، والذوق الشخصي للفرد، وأسلوب الحياة، والسن، والجنس، ومقدار الدخل، ومستوى التعليم، والمستوى الاقتصادي، وغيرها (Werner and James 1992, ص250).

وبذلك تم تحويل اهتمام الباحثين الإعلاميين من الاهتمام بما تفعله الرسالة بالجمهور إلى ما يفعله الجمهور بالرسالة، بناء على خصائص الجمهور ودوافعه وانطلاقا من مفهوم أن الجمهور الإيجابي يستخدم رسالة إعلامية معينة لإشباع

حاجة أو حاجات معينة لديه، أو لتحقيق منفعة ما، وبهذا أنيطت بالقائمين على مهمة الإعلام مهمة جديدة تمثلت في التعرف على اتجاهات وأذواق المتلقين وصنع الرسالة الإعلامية التي تتناسب مع توجهات ورغبات واحتياجات جمهور المتلقين من جانب، ورغبات وإمكانات الإعلامي من جانب آخر (ملفين و ديفلير، 2002، ص235)، ولعل هذه النقطة تتوضح بشكل ربما يكون أجلى وأوضح مما كان في ذهن كاتز صاحب النظرية، بالنظر لإتاحة الإعلام التفاعلي بأشكاله المتعددة أمام الجمهور في الوقت الراهن عن طريق ما وفره الإنترنت بشكل عام والمواقع الاجتماعية بشكل خاص من إمكانيات لمشاركة الجمهور بكل سهولة ويسر في هذه المواقع، حيث سيتم لاحقا تناول هذا المجال بشكل أكثر توسعا.

واستنادا إلى فروض نظرية الاستخدامات والإشباعات، فإن الجمهور المتلقي يقوم باختيار المادة الإعلامية التي يرى أنها تشبع إحتياجه، ومن ثم يتم اختيار الوسائل أو الرسائل الإعلامية التي تشبع تلك الاحتياجات، حيث يمكن الاستدلال على المستوى والمعايير الثقافية السائدة في مجتمع ما من خلال التعرف على استخدامات الجمهور لوسائل الإعلام وليس من خلال مضمون الرسالة الإعلامية التي تؤديها هذه الوسائل (الكامل، 2001، ص88)، وهذا ما نلاحظه في وقتنا الحاضر، إذ أصبح مدى انتشار المشاركات في المواقع الإلكترونية والإنترنت بدولة ما، يعتبر مؤشرا يعكس مستوى التعليم فيها ومستوى الدخل لمواطنيها، إضافة إلى اعتباره مقياسا لمدى تقدم هذه الدولة في المجالات التكنولوجية والاتصالية، ومستوى البنى التحتية المتوفرة فيها في هذا المجال.

وقد أدخلت هذه النظرية مفهوما جديدا عن الجمهور حين تحدثت عن (الجمهور النشط)، متجاوزة المفهوم الذي كان سائدا قبل ذلك بأن الجمهور هو مجرد متلق سلبي، فهي ترى أن الجمهور النشط يقوم من تلقاء نفسه في البحث عن المضمون الإعلامي الذي يلبي إشباعاته ويناسبه من حيث الثقافة

والدخل والجنس والتوجه، أي أن الجمهور هو الذي يتحكم باختيار الوسيلة الإعلامية التي تقدم المضمون الذي ينشده (Watson، 1998، ص62)، فالجمهور النشط في نظرية الإستخدامات والحاجات هو الذي يختار بحرية، ويستهلك مضمون الرسائل بشكل اختياري بناء على مجموعة متنوعة من الاحتياجات النفسية التي يسعى الجمهور إلى إشباعها (صالح، 2009، ص361)، ويمكن الاستدلال بسهولة على هذا المفهوم عن طريق ملاحظة إقبال الشباب في الوقت الحاضر على اختيار موقع (الفيس بوك) الإلكتروني، كونه الأكثر تلبية لإشباع حاجاتهم، حيث سيتم توضيح هذا الجانب بشكل أوضح لاحقا.

كما تشير نظرية الإشباعات والحاجات إلى إمكانية تحقيق إشباعات متفاوتة لدى فئات من الجمهور في المضمون الإعلامي الواحد (فهمي، 1997، ص 121-123)، ولعل أقرب مثال على هذه الإشارة أن الدخول إلى موقع (الفيس بوك) قد يشكل مادة تعليمية للبعض، ومادة ترفيهية بالنسبة لبعض آخر، ومادة للتعارف وتكوين صداقات جديدة عند آخرين، حيث يتوقف الأمر على نوع الإشباعات التي يحققها التعرض بالنسبة للمتلقي.

وعليه فإن نظرية الاستخدامات والإشباعات اختلفت عن سابقاتها من النظريات والمداخل كونها تناولت بتركيز مكثف خصائص الجمهور الذي يتعرض للوسيلة الإعلامية من حيث الخصائص والدوافع بعيدا عن مقولة التعود والقبول بما يقدم له (Mcquail، 2000، ص368).

وقد هدفت نظرية الإشباعات والحاجات إلى إيجاد تفسير لكيفية استخدام المتلقين للوسائل الإعلامية على اختلافها بهدف إشباع حاجات معينة لديهم، وفهم دوافع المتلقين في التعرض للوسائل الاتصالية وأنماط التعرض المختلفة، والوقوف على ما يترتب من نتائج على مشاهدة وسائل الاتصال (شاهين، 2000، ص239).

وتقوم نظرية الاستخدامات والحاجات على عدد من الفروض أهمها:

1. الجمهور المتلقي يستخدم المعروض الإعلامي بما يحقق إشباعا لاحتياجاته.
2. يجب تمكين الجمهور النشيط من تحديد دوافعه واحتياجاته، وبالتالي تمكينه أيضا من اختيار الوسيلة الإعلامية التي تحقق له ذلك.
3. إن استخدامات المتلقين للوسيلة الإعلامية تعطي دلالة واضحة على المستوى الثقافي للمجتمع الذي يعيش فيه هؤلاء المتلقون.
4. أن استخدام الجمهور النشيط لوسيلة إعلامية معينة يعبر عن إدراكه لإمكانية هذه الوسيلة في تلبية احتياجاته.
5. يتجه الجمهور النشط الى إكمال بنية احتياجاته من خلال وسائل وقنوات اتصالية أخرى مثل الأندية والسينما والملتقيات الثقافية عند إحساسه بقصور وسائل الاتصال المتاحة عن تلبية احتياجاته (عبدالحميد، 2000، ص15)، وهذا ما قد يوجد حالة تنافسية في عصرنا الحاضر بين وسائل الإعلام التقليدية والوسائل الحديثة كالإنترنت والمواقع الاجتماعية الإلكترونية التي أصبحت تلبي إشباعات أكثر بالنسبة للعديد من المتلقين.

وبهذا فإنه يمكن تلخيص أهداف نظرية الاستخدامات والحاجات من خلال الفروض السابقة بما يلي:

1. الكشف عن كيفية استخدام الأفراد لوسائل الإعلام.
2. الكشف عن دوافع الاستخدام لوسيلة معينة.
3. الفهم العميق لعملية الاتصال من خلال النتائج التي يتم التوصل إليها
4. الكشف عن "الإشباعات المطلوبة" التي يسعى الفرد إلى تلبيتها من خلال استخدامه لوسائل الاتصال "والإشباعات المختلفة" من وراء هذا الاستخدام.

5. الكشف عن العلاقات المتبادلة بين "دوافع الاستخدام" و "أنماط التعرض" لوسائل الاتصال والإشباعات الناتجة عن ذلك.

6. معرفة دور المتغيرات الوسيطة من حيث مدى تأثيرها في كل من استخدامات الوسائل وإشباعاتها.

أهم نماذج نظرية الإشباعات والحاجات

نموذج كاتز وزملائه:

يرى كاتز أن المواقف الاجتماعية للجمهور هي التي تحدد العلاقة بين المتلقين والوسيلة الاتصالية القادرة على تلبية احتياجاتهم، والصراع الاجتماعي يشكل ضغطا على المتلقي يدفعه إلى البحث عن وسيلة الإعلام التي تلبي إحتياجاته (عبدالحميد، 2004، ص240).

نموذج ويندال:

يتناول ويندال في نموذجه العلاقة الرابطة بين كل من الاستخدامات والإشباعات، ويرى في نموذجه أن المتلقي يرسم مسبقاً توقعات لما يمكن أن يحققه مضمون الوسيلة الإعلامية المستهدفة بعد إجراء مفاضلة بين هذه الوسيلة المختارة والوسائل الأخرى (Windhal، 1981، ص203).

نموذج روز نجرين:

يتناول هذا النموذج مجموعة العوامل التي تتشكل منها نظرية الاستخدامات والإشباعات، وهي الحاجات الاجتماعية والبيولوجية والنفسية الموجودة لدى الإنسان حيث تتفاعل هذه الحاجات مع الإطار المجتمعي وخصائص الفرد، وهنا يلجأ الفرد الى الوسيلة الإعلامية التي يرى في مضمونها حلا لمشكلاته وإشباعا لحاجاته (مكاوي، 2000، ص209).

المبحث الثاني

أسباب إقبال الشباب على موقع (الفيس بوك)

مقدمة

لم يعد بمقدور أحد أن ينكر أن موقع (الفيس بوك) أصبح يشكل جانبا أساسيا في حياة كثير من الناس الذين لم يعد بمقدورهم الاستغناء عنه في روتين يومهم، وأصبح جزء كبير ممن ليس لديهم حساب على الفيس بوك يشعرون بنوع من الحرج أو العزلة حتى داخل مجتمعاتهم الحقيقية، وكأن هذا الموقع قلب الموازين وحول المجتمعات الإفتراضية الموجودة عليه إلى مجتمعات تفرض سيطرتها وضغوطها على المجتمعات الواقعية، الأمر الذي يتطلب وقفة متأنية بعض الشيء في تفسير أسباب هذا الإقبال والإهتمام بهذا الموقع، خصوصا من قبل فئة الشباب التي تشكل في وقتنا الحاضر الشريحة الأكبر لمشتركي موقع (الفيس بوك).

أسباب إقبال الشباب على موقع الفيس بوك:

وعن تعليل سبب الإقبال الكبير من فئة الشباب على الاشتراك في موقع (الفيس بوك)، فإنه يمكن لنظرية الاستخدامات والإشباعات أن تقدم تفسيرا منطقيا لحجم هذا الإقبال، فيبدو أن استخدام موقع (الفيس بوك) من قبل الشباب، يشبع عندهم حاجات متنوعة، لعل أهمها:

1. الحاجة الاجتماعية:

إن موقع (الفيس بوك) كموقع اجتماعي، يقدم للشاب نوعا من الإشباع الاجتماعي، ذلك أن الشاب وخصوصا في بداية مرحلة الشباب، يكون بحاجة ماسة لأن يبدأ حياته الاجتماعية بالتواصل كراشد مع باقي أعضاء المجتمع، لكن الذي يحدث غالبا أن المجتمع لا يلبي له هذا التعامل

(كراشد)، فهو مازال يراه صغيرا غضا، فيجد الشاب في استخدامه موقع (الفيس بوك) إشباعا لهذه الحاجة التي قد لا يحصل عليها في مكان آخر.

ومن جانب آخر، فإن طبيعة المجتمع الأبوي التي لا زالت تطغى - رغم تراجعها نسبيا - على نمط التعامل والتفاعل بين أفراد الأسرة، والتي يتم بناء عليها اختزال مساحة من إرادة الأبناء لصالح الآباء داخل إطار الأسرة العربية، خصوصا عندما يبدأ الأبناء في الوصول لمرحلة الشباب والمراهقة، هذه المرحلة التي يكون الشباب خلالها في أمس الحاجة لإثبات ذاتهم وإبراز قدراتهم على اتخاذ القرارات والتعبير عن وجهات نظرهم -وفرضها أحيانا-، هذا الوضع الذي يشكل نوع من الأزمة التي طالما عانى منها الشباب في الماضي والحاضر، لكن الظروف والتغيرات المجتمعية لحياتنا المعاصرة جعلت هذه الأزمة أكثر حدة وامتدادا في حاضرنا ؛ ففي السابق كان الشاب يرافق أبيه ويتعلم صنعته، وما أن يصل لبداية العشرينيات من عمرة حتى يتم تزويجه، وبالتالي يشبع احتياجه في أن يصبح صاحبا للسلطة التي تاق إليها واحتاجها ومنحه إياها مجتمعه، أما عن الواقع الحالي، فقد امتدت فترة اعتماد الشاب على أبيه لسنوات أخرى بسبب انتظار الشاب لإكمال دراسته ثم حصوله على دخل مناسب، الأمر الذي أجل سن زواجة وتكوينه أسرته لمدة أبعد، فقد أصبح شائعا في مجتمعنا وجود شبان في الثلاثينيات من عمرهم لازالوا معتمدين على آبائهم ويعيشون ضمن أسرهم الأبوية بدون زواج، الأمر الذي مدد وعمق عند الشاب حاجته لإثبات ذاته وممارسة باقي أدوارة الاجتماعية بعيدا عن سلطة الأب أو الأسرة، هؤلاء الشباب عندما عثروا على المجتمع الإفتراضي الذي يتيحه موقع (الفيس بوك) تعاملوا معه وكأنهم وجدوا ضالتهم، فأصبح موقع الفيس بوك يشبع لديهم هذه الحاجة التي لم يستطيعوا الحصول عليها في مجتمعهم الواقعي.

ومن الجوانب الإجتماعية الأخرى التي لا بد وأن يكون لها من أثر على انتشار الفيس بوك في مجتمعاتنا العربية، إقبال الإناث على المشاركة بهذا الموقع، إذ من المعروف أن طبيعة مجتمعاتنا المحافظة تحتم على الأسرة العربية

وضع سلسلة من القيود على خروج الفتاة من بيتها، ذلك أن معظم مجتمعاتنا لازالت لا تقبل بخروج الفتاة وحدها من المنزل لغير المدرسة أو الجامعة أو العمل -على أحسن تقدير -، الأمر الذي تشعر معه الفتاة بأنها محتاجة لمزيد من المساحة للتحرك داخل مجتمعها، خصوصا وهي ترى أخيها الذكر يحصل على مساحة في حرية التحرك والتنقل أكبر منها، وبهذا جاء موقع (الفيس بوك) ليشبع عندها - ولو بشكل جزئي - هذه الحاجة للتحرك، فوجدت أنها تستطيع التحرك ليس في مجتمعها المحدود نسبيا بل وجدت أن بإمكانتها التنقل في كل أرجاء الكرة الأرضية، دون أن تتسبب في غضب أسرتها أو إحراجها؛ كون جسدها لا زال موجودا داخل جدران منزل ذويها.

2. الحاجة لمعرفة الجنس الآخر:

يحتاج الفرد في مرحلة الشباب أن يبدأ في التعرف وتكوين إتصال مع الجنس الآخر، وبالنظر إلى مجتمعاتنا المحافظة فإن هذه الحاجة يصعب إشباعها لدى الشاب ضمن الأطر التقليدية للعلاقات الاجتماعية في المجتمع، فيجد أن استخدامه لموقع (الفيس بوك) يشبع هذه الحاجة عنده سواء كان هذا الإشباع كليا أو جزئيا.

3. الحاجة للمعرفة:

يحتاج الشباب إلى المعرفة الواسعة في مختلف المجالات، فهم تواقون دائما للمعرفة الواسعة، يحتاجون لمعرفة ما يدور حولهم، وما يدور في المجتمعات الأخرى، إذ أن حب المعرفة والمغامرة والحاجة إليهما سمه بشرية تتجلى في مرحلة الشباب، ويبدو أن موقع (الفيس بوك) قادر على تقديم الإشباع المعرفي وتزويد الشباب عموما بمعرفة متعمقة بالعالم، لما فيه من تنوع في كافة المجالات.

4. الحاجة للإشباع الفكري:

طبيعة مجتمعاتنا الشرقية لا تتيح للشباب التعبير بحرية عن آرائهم

وتوجهاتهم، وتقيد من فرص اطلاعهم على الآراء والمعلومات التي لا تنسجم مع الأطر والنظم الإجتماعية أو الدينية أو السياسية السائدة، مقابل وجود حاجة ماسة لدى هذه الفئه العمرية للتعبير عن ذاتها وهمومها وقضاياها من منظورها الذاتي، وبدون المحاذير المفروضة عليها، وبهذا يحقق الشباب من خلال استخدامهم موقع (الفيس بوك) إشباعا فكريا عن طريق تمكنهم من طرح أفكارهم (الاجتماعية والسياسية والعلمية وغيرها) بدون التحفظات والمحاذير الاجتماعية والسياسية القائمة في مجتمعاتنا، والتي تعيش ضمن أنظمة غير مكتملة الديمقراطية -على أحسن تقدير- ولا تبيح حرية التعبير.

5. الحاجة إلى الترفيه والتسلية:

لا يوجد حد عمري فاصل بين مرحلة عمرية وغيرها، وكل مرحلة لا بد وأن توجد فيها بقايا من المرحلة التي تسبقها، وبالنظر إلى الشباب فإن ما يفصله عن سني الطفولة ليس بالكبير، من هنا يلاحظ إقبال الشباب واحتياجه للتسلية والترفيه، وبطبيعة الحال فإن هذا المجال مفتوح على مصراعيه أمام من يستخدم الموقع.

6. الإذعان المجتمعي:

في مرحلة الشباب تحديدا؛ لا يمكن إهمال تأثير القرناء على بعضهم، ففي دراسة أجريت على الطلبة غير المتخرجين في جامعة "نورث إيسترن" عن تأثير الفيس بوك على الإرادة الحرة للفرد، أكدت بأن هنالك مستوى مرتفع من ضغط القرناء على الفرد، فمساهمة القرناء الضاغطة أدت إلي زيادة مستوى اشتراك طلاب الكليات والمعاهد في موقع (الفيس بوك)، حيث بينت تلك الدراسة بأن العديد من الطلاب اشتركوا في الموقع نتيجة لضغوط تعرضوا لها من أقرانهم وجعلتهم يشتركون، ويخلص الباحث إلى أن (الفيس بوك) بشكله الراهن كموقع اجتماعي تفاعلي يؤدي إلى ضمور حرية الفرد في الاختيار، لتصبح خياراته متأثرة بضغوط المجتمع الإلكتروني والرفقاء (Soon، 2010).

المبحث الثالث

أسباب إختلاف نسب مشاركة الإناث والذكور بموقع (الفيس بوك) في مجتمعاتنا عن الغرب

تظهر الإحصائيات أن هنالك اختلاف في نسبة مشاركة الإناث والذكور في موقع (الفيس بوك) بين مجتمعاتنا العربية عما هي عليه هذه النسب في المجتمعات الغربية، حيث تفيد الدراسات الغربية إلى أن اتجاه اشتراك الإناث في موقع (الفيس بوك) يفوق اتجاهات الذكور للاشتراك، إذ بلغت نسبة المشاركات من الإناث في الولايات المتحدة الأمركية (56٪) من إجمالي المشاركين، وبلغت هذه النسبة في المملكة المتحدة (52٪)، في حين بلغت نسبة الإناث المشتركات بموقع (الفيس بوك) في الشرق الأوسط (37٪) فقط.

وقد يعتبر هذا التفاوت من أكثر الدلائل على خصوصيات مجتمعاتنا العربية، وصعوبة الاعتماد بشكل كامل على نتائج الدراسات الغربية، فليس كل ما يحدث عندهم يحدث عندنا والعكس صحيح؛ أي ليس كل ما لا يحدث عندهم لا يحدث عندنا، وحتى لو تم الإتفاق في بعض المجالات، إلا أنه غابا ما تتفاوت درجات الحدوث في مجتمعاتنا عن مجتمعاتهم، فعلى الرغم من ثورة الاتصال والمعلومات، والتواصل الحادث مع تلك المجتمعات في ظل زمن العولمة الذي نعيشة، فما زالت للمجتمعات العربية خصوصياتها.

وبالعودة إلى تفاوت نسبة الإناث المشاركات بموقع (الفيس بوك) عن الذكور في الدول العربية عن الدول الغربية، فإنه يمكن تعليل ذلك بعدة أسباب، أهمها:

1. أسباب عاطفية:

بناء على طبيعة المجتمعات الغربية المتقدمة، التي يطغى عليها الجانب العملي والمنطقي، وبالنظر إلى طبيعة المرأة التي تكون في العادة أكثر ميلا للعاطفية والرومانسية، فإن هذا النمط من الحياة العملية يبدو أنه لا يشبع

بالكامل حاجاتها العاطفية، فتسعى لسد حاجتها من الإشباع العاطفي بالاتجاه لموقع (الفيس بوك).

في حين أن الوضع في مجتمعاتنا الشرقية يكون معكوسا، فعلى الرغم من أن النظرة السطحية لهذه المجتمعات الأكثر محافظة تظهر أن مساحة الحرية الممنوحة للأنثى تكون أقل عادة من المساحة لدى الذكر، إلا أن هذا أدى إلى أن تشعر الأنثى الشرقية أنها مرغوبة، ومجرد شعور الأنثى بذلك - حتى ولو لم يكن من حقها الاستجابة- فإنه يشبع مساحة كبيرة من حاجاتها العاطفية، أما الذكر الشرقي، فهو المطلوب منه في العادة البحث والسعي عن الأنثى التي غالبا ما يفشل في الوصول إليها، بالتالي فإنه وعلى الرغم من طبيعة الذكر الأكثر عقلانية والأقل عاطفية، إلا أن حاجاته العاطفية غالبا ما تبقى بدرجة إشباع متدنية، وبالتالي يكون أكثر إقبالا على المشاركة في موقع (الفيس بوك)، الذي قد يقدم له المزيد من الإشباعات (نظرية الاستخدامات والإشباعات).

2. أسباب اجتماعية:

نظرا لطبيعة مجتمعاتنا العربية التي تتسم بالمحافظة، فإن فرص خروج الذكر من بيته وتقضيته أوقاتا طويلة نسبيا خارج المنزل، أمر مقبول - إلى حد ما- الأمر الذي يسهل عليه إمكانية الإشتراك بوقع كموقع (الفيس بوك) ويتيح له الدخول عليه كل يوم ولأوقات معقولة حتى وإن لم يتوفر إشتراك في الإنترنت في البيت ، فالذكر يستطيع بكل سهولة ويسر أن يذهب لمقاهي الإنترنت المنتشرة في البلاد العربية وأن يدخل بالتالي إلى الموقع، وبديهي أن هذا الأمر ليس متاحا للفتاه بنفس السهولة، أو حتى بصعوبة قليلة، وبالتالي فإن عدم توفر خدمة الإنترنت في المنزل - وهذا أمر شائع في معظم الدول العربية - يشكل عائقا أمام مشاركة الفتاة بفعاليات الإنترنت التي يقع على رأسها موقع (الفيس بوك)، في حين أن هذا الأمر لايشكل عائقا أمام الذكر، وإن شكل أي نوع من التعويق، فإنه يبقى عائقا أقل تأثيرا مما هو على الإناث بنفس الظروف.



ومن جانب آخر فإنه لا يمكن تجاوز حقيقة أنه لازالت لحد الآن العديد من الأسر العربية التي لا تؤمن بأن تشارك بناتها بمواقع كموقع (الفيس بوك)، فهي ترى أن اهتمامات الأنثى لا يجب أن تتعدى الإهتمامات المنزلية، فإما أن تساعد والدتها في أعمال المنزل والعناية بإخوتها، أو الإهتمام بزوجها والقيام بالمتطلبات المنزلية لبيتها وتربية الأبناء، في ظل هذه الأجواء يصعب تصور أن تكون الفرص المتاحة أمام الأنثى للمشاركة في موقع كموقع الفيس بوك مساوية للذكر.

أيضا هنالك نظرة ريبة من انفتاحية موقع (الفيس بوك) عند البعض في مجتمعاتنا، الأمر الذي يصل ببعض الأسر إلى منع الإناث فيها من المشاركة في هذا الموقع، كنوع من المحافظة على الأخلاق والعادات والقيم، في الوقت الذي لا يتم فيه منع الذكور.

3. وقت الفراغ:

على الرغم من أن مجتمعاتنا تطلب من الذكر بالدرجة الأولى الخروج من المنزل والعمل بهدف تأمين المتطلبات المادية المختلفة للأسرة، وحتى لو تم التجاوز وإسقاط مشاركة عدد كبير من النساء في هذه المهمة، فإنه يبقى وفي أغلب الأحيان وقت الفراغ الأكبر في مجتمعاتنا متوفر للذكر أكثر من الأنثى، إذ أن الوظيفة والعمل خارج المنزل يكون له في أغلب الأحيان وقت محدود ينتهي بانتهاء ساعات الدوام، أما الأنثى ونتيجة لأنه مطلوب منها مجتمعيا القيام بكل الواجبات المنزلية من طهو وتنظيف وتلبية لمتطلبات باقي أفراد الأسرة، فإنها لا تجد أمامها وقت الفراغ المتاح للذكر، كون طبيعة المهام والواجبات المطلوبة منها غير محكومة بزمن لإنهائها، وبالتالي فإن فرصة وجود وقت الفراغ الكافي لها للمشاركة في موقع (الفيس بوك) تكون أقل بالتأكيد من الذكور.

4. مستويات التعليم:

قياسا على الماضي، فإنه لا يمكن إنكار اهتمام مجتمعاتنا في الوقت الحاضر بتعليم الإناث، بدليل وصول أعداد كبيرة من العربيات لأعلى مراتب التعليم، إلا أنه وفي المقابل لازال شائعا اهتمام الأسرة العربية بتعليم الذكور أكثر من الإناث، هذا يؤدي إلى وجود نسبة أعلى من الذكور المتعلمين من الإناث المتعلمات في بعض مجتمعاتنا العربية، وبما أن المشاركة والتعامل مع موقع كموقع (الفيس بوك) يحتاج لحد أدنى من التعليم، فإن فرصة أن يزيد عدد المشتركين فيه من الذكور بناء على هذه الحيثية ستكون حتما أكبر.

الفصل الخامس

علاقة المشاركة بموقع الفيس بوك باتجاهات الشباب نحو العلاقات الأسرية

(دراسة ميدانية في المملكة الأردنية الهاشمية)

5

الفصل الخامس

علاقة المشاركة بموقع الفيس بوك باتجاهات الشباب نحو العلاقات الأسرية (دراسة ميدانية في المملكة الأردنية الهاشمية)

المبحث الأول

مقدمة الدراسة

تمهيد

يشهد عالمنا اليوم تطورا هائلا في مجالي المعلومات وتكنولوجيا الاتصال، الأمر الذي مكن التكنولوجيا من تمهيد الطريق وإسقاط الحواجز والحدود الجغرافية أمام ثورة هائلة من المعلومات المتمثلة بانفجار معرفي لم تشهد له البشرية مثيلا، فأصبحت السيادة الأقوى لمن يمتلك هذه المجالات، بحيث يمكنه السيطرة والسيادة بما لديه من فكر وكوادر بشرية واعية وقادرة، وأيضا بما يملكه من إمكانيات وتقنيات حديثة، وبهذا تبوأت ثورتا المعلومات وتكنولوجيا الاتصالات الصدارة من حيث الأهمية في مجال المنجزات الحضارية التي توصل إليها الانسان في عصرنا لتعتبر واحدة من أهم المحطات والنقلات النوعية التي حققها الإنسان على مر العصور في مجال التطور البشري.

وكان يمكن لهذا الإنجاز أن يكون أداة تستمتع بثمارها البشرية وتستخدمها لزيادة قدراتها المعرفية والإبداعية، لكن الواقع لم يأت بهذه الإشراقة المنتظرة، حيث شابه الكثير من السلبيات التي تكاد تغرق أغلبية البشر في مخاطرها،

حيث أصبح باديا للعيان أن هذه التكنولوجيا تقود البشرية -في كثير من الأحيان- إلى ثقافة أحادية ضيقة يتم من خلالها فرض نمط واحد من التفكير، ولغة واحدة على البشر وتقليل التنوع في الفكر الإنساني، الأمر الذي يحمل بطياته الكثير من الأخطار على البشرية (صالح، 2005، ص21-25).

وضمن السياق ذاته يبين مكي أنه: "لا يجوز إغفال خطورة الحقيقة المتمثلة في محاولات وسائل الإعلام للتأثير على تشكيل وتغيير الاتجاهات، فلوسائل الإعلام القدرة على تغيير الاتجاهات غير المرغوبة تجاه أحداث معينة، وتثبيت تلك المرغوبة" (مكي، 2005، ص 121).

وجاء الإنترنت ليتربع على رأس نواتج تطور تكنولوجيا الاتصال والمعلومات، نظرا لما يقدمه من خدمات متعددة وشاملة لمختلف الشرائح والأوساط، حيث أن استخدام الإنترنت لم يعد أمرا اختياريا في المجمل، بل أصبح واقعا فرضه التطور الذي يشهده النظام العالمي الجديد وحتمية أقرتها العولمة.

ولم يعد أمام أحد من مجال لإنكار أن الإنترنت غير من سلوك وحياة الأفراد والجماعات وعلى أكثر من صعيد، ذلك أن الفضاء متعدد الخدمات الذي يتيحه الإنترنت أضحى مصدرا للمعلومات بدون منازع، على الأقل من ناحية كم المعلومات المتداولة والتسهيلات الخاصة بإسترجاعها (الداخلي، 2009، ص48).

وفي نهايات القرن الماضي بدأت انطلاقة ما أطلق عليه "المواقع الاجتماعية" بالدخول إلى الإنترنت، وفي 26 سبتمبر من عام 2006، فتح موقع (الفيس بوك) الاجتماعي أبوابه أمام جميع الأفراد البالغين من العمر ثلاثة عشر عاما فأكثر والذين لديهم عنوان بريد إلكتروني صحيح، وبدأ بانتزاع الصدارة بشكل جلي أمام المواقع الاجتماعية المنافسة الأخرى مثل تويتر، وماي سبيس، ويوتيوب، وغيرها، وخلال فترة قصيرة تحول موقع

(الفيس بوك) إلى ظاهرة إلكترونية تستحق الدراسة والبحث، خاصة أنه لم يعد مجرد موقع للتعارف بل اقتحم مناح عديدة من الحياة، وحقق إنتشارا منقطع النظير.

وتشهد منطقتنا على المستويين الإقليمي والمحلي إقبالا متزايدا من قبل الشباب على الاشتراك في هذا الموقع، حيث أكد تقرير أطلقته شركة (سبوت أون للعلاقات العامة) أن عدد المشتركين في خدمة الإعلام الاجتماعي، (فيس بوك)، في الشرق الأوسط وشمال إفريقيا أكثر من عدد المشتركين في الصحف التي يتم تداولها في الشرق الأوسط. حيث يرى ألكسندر مكناب، المدير في شركة سبوت أون للعلاقات العامة أن (الفيس بوك) أصبح بالنسبة للمستخدمين في الشرق الأوسط وشمال إفريقيا جزءا قيّما من حياتهم اليومية، أما كارينغتون مالين، المدير العام للشركة فقد قال في معرض حديثه عن انتشار (الفيس بوك) في المنطقة: "لقد بدأ (الفيس بوك) ومنصات الإعلام الاجتماعي الأخرى الآن بتحديد كيفية اكتشاف الأشخاص للمعلومات وتشاركهم بها وكيفية تشكيلهم لآرائهم وتفاعلاتهم" (البوابة العربية للأخبار التقنية، 24/ 5/ 2010).

من هنا فقد أكد خبراء نفسيون أن ظاهرة إدمان استعمال (فيس بوك) بدت واضحة، حيث لاحظوا أن هذا الولع له آثار جدية على حياة الفرد، بحيث يفقده الصلة بالواقع المعاش ويؤثر على عمله وعلاقاته بالمحيطين به. وتوضيحا لحجم المسألة، أفادت بولا بايل المعالجة النفسية للشؤون الزوجية والأسرية بولاية نورث كارولينا، أن استعمال الموقع بات وكأنه فعل قهري، بحيث يتيح لمستخدميه المجال للهرب من عالمهم إلى عالم (فيس بوك)، بحيث يقلب المشترك الموازين فينفصل رغما عنه عن العيش في عالمه الحقيقي ليعيش في عالم (الفيس بوك)، وتضيف أن المشكلة الحقيقية في الإدمان على (الفيس بوك) تظهر حينما يبدأ الفرد بإهمال عائلته، ولا يعود قادرا على الالتزام بعمله لأنه يرى في عالم (الفيس بوك) مكانا أكثر متعة لقضاء وقته مقارنة مع قضاء وقته في عالمه الحقيقي (نقلا عن Cohen,23 April 2009).

ومن خلال تلك المؤشرات -متفرقة أم مجتمعة- انصب اهتمام الدراسة على (الفيس بوك) تحديدا، كونه الموقع الأكثر جذبا للشباب في الأردن، حيث تشير الإحصاءات إلى أن موقع (الفيس بوك) يتبوأ المرتبة الأولى بين مواقع الإنترنت التي يتم الدخول إليها من قبل المستخدمين في المملكة (alexa، 2011)، وبالتالي تحديد ما إذا كانت هنالك علاقة لموقع (الفيس بوك) في تشكيل أو إعادة تشكيل اتجاهات الشباب نحو علاقاتهم الأسرية، على اعتبار أن طبيعة علاقة الشاب بأسرته من أهم المؤشرات التي تعكس طبيعة تفاعله مع مجتمعه الحقيقي، وبدون التجاوز عن اعتبار أن الأسرة هي الركيزة الأساسية لاستمرارية الذاتية الثقافية للشعوب وتوارثها، فهي ووفقا لأبرز وظائفها؛ تعتبر أهم المؤسسات الاجتماعية والتربوية المسؤولة عن تزويد الجيل الجديد بالتربية والتعليم واكتساب الخبرات والمهارات والمؤهلات العلمية والتقنية لنهوض المجتمعات ورقيها وتقدمها، عن طريق زرع الخصال القيمية والسلوكية الإيجابية في أبنائها، ورعايتهم من كل الجوانب، وإكسابهم أسس ومبادئ ومقومات الثقافة والتربية والتعليم لكي يكونوا قادرين على المشاركة الفاعلة في بناء المجتمع وتطويره في كافة المجالات، مع الأخذ بطبيعة الحال أن ضعف أو تراجع التواصل داخل الأسرة، يؤدي - على الأغلب - إلى اختلالات في تلك الوظائف.

مشكلة الدراسة

يعد إقبال الشباب على الاشتراك في موقع (الفيس بوك)، وقضاؤهم أوقاتا طويلة نسبيا أمام شاشات الكمبيوتر وهم يتصفحون هذا الموقع تحديدا، قضية بحاجة للدراسة والتمحيص، فقد أصبح الشاب يلحظ غياب مشاركة صديق له في الجهة الأخرى من العالم عن الموقع، ولا يلحظ غياب أخيه في البيت. وأصبح من الجلي في عصرنا الحاضر أن الأسرة تأثرت وواجهت تحديات جسيمة أدت إلى تغيير مهامها ووظائفها والعلاقات بين أفرادها، نتيجة

للعديد من العوامل والمؤثرات التي تتعرض لها مجتمعاتنا، ومن أهمها: التقدم التكنولوجي والصناعي، وسرعة الاتصالات والتفجر المعرفي، وظهور أنماط جديدة من القيم والاتجاهات والمبادئ في المجالات الاقتصادية، والاجتماعية، وما تبعها . . كل ذلك ساهم بشكل أو بآخر في اضطراب الحياة الأسرية، مما نتج عنه مشكلات نفسية وأسرية، انعكست على المجتمع عامة. (السفاسفة، 2003، ص42).

وهنالك خشية حقيقية من أن تتراجع قيم الإنتماء والولاء لدى الشباب فيفرغ مفهوم الهوية من أركانه الرئيسية؛ الدين، اللغة، القيم، التراث، التاريخ، وحينئذ يعاني المجتمع من فتور وتلاشي أواصر المحبة بين أعضائه، ويتراجع التماسك الاجتماعي، وتتبدد القيم الحافزة على النهوض الثقافي والاجتماعي، والخوف أن هذه الأعراض بدأت تتفشى بين الشباب، الأمر الذي يستدعي دراستها (العتيبي والضبع وإبراهيم، 2009، ص9).

من هنا فقد انصب اهتمام الدراسة على البحث في مشاركة الشباب بموقع (الفيس بوك) وعلاقته باتجاهاتهم نحو علاقاتهم الأسرية، على اعتبار أن طبيعة علاقة الشاب بأسرته من أهم المؤشرات على طبيعة تفاعله مع مجتمعه الحقيقي، ولكون الأسرة أحد أهم الركائز الأساسية لتوارث الذاتية الثقافية للشعوب واستمرارها.

أسئلة الدراسة

تحاول هذه الدراسة الإجابة على السؤال الرئيسي التالي:

ما هي علاقة المشاركة بموقع الفيس بوك باتجاهات الشباب نحو العلاقات الأسرية؟

ويتفرع من هذا السؤال الأسئلة الفرعية التالية:

1. ما نسبة المشتركين في (الفيس بوك) من الشباب؟
2. هل تختلف نسبة المشاركة بموقع (الفيس بوك) باختلاف متغير الجنس؟
3. ما مدى تعرض الشباب المشتركين في موقع (الفيس بوك) للموقع ؟
4. ما درجة إدراك المشتركين في موقع (الفيس بوك) لتأثيره على حياتهم؟
5. ما اتجاهات الشباب المشتركين وغير المشتركين في موقع (الفيس بوك) نحو علاقاتهم الأسرية؟
6. هل هناك فروق في اتجاهات الشباب المشتركين بموقع الفيس نحو علاقاتهم الأسرية باختلاف متغير الجنس (ذكر، أنثى)؟

أهداف الدراسة

تهدف هذه الدراسة إلى معرفة المشاركة بموقع (الفيس بوك) وعلاقته باتجاهات الشباب نحو العلاقات الأسرية من خلال الأهداف التفصيلية الآتية:

1. معرفة نسبة مشاركة الشباب الأردني في موقع (الفيس بوك).
2. معرفة نسبة المشاركة من ناحية الجنس (الذكور والإناث).
3. معرفة مدى تعرض الشباب المشتركين في موقع (الفيس بوك) للموقع.
4. معرفة درجة إدراك المشتركين في موقع (الفيس بوك) لتأثيره على حياتهم.
5. معرفة اتجاهات الشباب المشتركين في موقع (الفيس بوك) نحو علاقاتهم الأسرية.
6. معرفة إذا ما كان هنالك فروقا في اتجاهات الشباب المشتركين بموقع الفيس نحو علاقاتهم الأسرية باختلاف متغير الجنس.

أهمية الدراسة

نتيجة لديناميكية التطورات التكنولوجية في مجال الاتصال وتقنيات المعلومات، والمتغيرات المتسارعة والمتتالية التي نشهدها في عصرنا الحاضر، فإنه لابد من دراسة الظواهر المستجدة بما يتلاءم وخصوصيات مجتمعاتنا.

وقد تفاجأت الباحثة من شح الدراسات العربية السابقة بموضوع (الفيس بوك) - وقد تكون حداثة تأسيس الموقع النسبية سببا وراء ذلك-، وبالتالي تم الاعتماد على الدراسات الأجنبية التي تزخر بمعلومات غنية وقيمة في مجال الدراسة الحالية، لكن لا يمكن الاعتداد كليا فيها مهما بلغت جودتها ودقتها العلمية في مجال تعميم جميع نتائجها على مجتمعنا العربي، خصوصا وأن هنالك مؤشرات تدل على بعض التباين في التعامل مع (الفيس بوك) في مجتمعاتنا العربية قياسا بالغرب.

على سبيل المثال وجد أن النسبة الأكبر لمستخدمي (الفيس بوك) في منطقة الشرق الأوسط وشمال إفريقيا هي من الذكور، الأمر الذي يتناقض مع الأرقام الدولية، فهناك 37٪ فقط من المستخدمين النساء لموقع (فيس بوك) في الشرق الأوسط مقارنة مع نسبة تصل لحد 56٪ في الولايات المتحدة الأمريكية ونسبة 52٪ في المملكة المتحدة (البوابة العربية للأخبار التقنية، 24/ 5/ 2010).

وانطلاقا من ذلك فقد تم استشعار حاجة المجتمع العربي عامة، والأردني خاصة إلى وجود دراسات في هذا المجال، تظهر نتائجها الواقع المحلي الذي تعيشه هذه المجتمعات، للخروج بنتائج وتوصيات مناسبة تفي بالمتطلبات الحقيقية للمجتمع العربي.

حيث يمكن لهذه الدراسة أن تضيف للمكتبة العربية معلومات جديدة حول موقع (الفيس بوك) الاجتماعي.

وربما تقدم النتائج التي تتوصل إليها فائدة في معرفة بعض الحقائق لمن يطلع عليها من صناع القرار الإعلامي.

تعريف المصطلحات

■ (الفيس بوك) ***Facebook***: موقع إلكتروني للتواصل الاجتماعي، وقد عرف موقع ويب_أوبيديا الموقع الإلكتروني الاجتماعي على أنه التعبير المستخدم لوصف أي موقع إلكتروني يخول مستخدميه إنشاء ملفات شخصية ونشرها بشكل علني عبر ذلك الموقع وتكوين علاقات مع مشتركين آخرين على نفس الموقع يكون بإمكانهم الدخول إلى ملفاتهم الشخصية Orgnet.com

■ **الاتجاهات**: تباينت تعريفات الاتجاه تباينا ملحوظا، فقد ذكر جوردن ألبورت منذ أكثر من نصف قرن سبعة عشر تعريفا مختلفا للاتجاه، كما وجد ماكجواير في مسحه لتعريفات الاتجاه عام 1969 أن هنالك ما يقارب الثلاثين تعريفا له، وحاول ألبورت استخلاص العناصر الأساسية للاتجاه من التعريفات التي ذكرها، وتوصل إلى ثلاثة عناصر هي (نقلا عن علام، 2002، ص517):

1. التهيؤ أو الاستعداد لاستجابات القبول أو الرفض.
2. الاستجابات التي تنظمها الخبرة.
3. تحفز الاستجابات في وجود جميع الأشياء والمواقف التي يتعلق بها الاتجاه.

وبهذا جاء تعريف جوردن ألبورت للاتجاهات على أنها حالة من الاستعداد العقلي والعصبي، التي تتكون من خلال التجربة أو الخبرة، والتي تسبب تأثيرا موجها أو ديناميا على استجابات الفرد لكل الموضوعات والمواقف التي ترتبط بهذا الاتجاه (سميسم، 2005، ص57-58).

■ **التعريف الإجرائي للاتجاهات:** ويقاس الاتجاه إجرائيا بتحليل محصلة إجابات المستجيبين على أداة الدراسة المعدة لقياس اتجاهات الشباب نحو العلاقات الأسرية وعلاقة المشاركة بموقع (الفيس بوك) بهذه الاتجاهات.

■ **المعنى الإجرائي للشباب:** ويقصد بالشباب في الدراسة الحالية، إن مفهوم الشباب لا يحمل تحديدا معنى يختلف عن المفاهيم التي قدمها العلماء والمنظرون، ولكن تحديد المعنى الإجرائي لهذا المفهوم يعد أمرا مهما وذلك من خلال اعتماد المتغير الخاص بالسن الذي يساعدنا في اختيار عينة الدراسة؛ وهي الذكور والإناث الواقعين ضمن المرحلة العمرية من 16-24 سنة في المملكة الأردنية الهاشمية.

■ **التعريف الإجرائي للأسرة:** تتكون الأسرة من الأم والأب والأبناء الذين يعيشون في بيت واحد.

■ **العلاقات الأسرية:** هي تلك العلاقات التي تقوم بين أدوار الزوج والزوجة والأبناء أي أنها طبيعة الاتصالات والتفاعلات التي تقع بين أعضاء الأسرة الذين يقيمون في منزل واحد وتشمل العلاقات التي تقع بين الزوج والزوجة، وبين الزوجين والأبناء، وبين الأبناء أنفسهم (غيث، 1992، ص347).

■ **المجتمعات الافتراضية:** وعرفها حمادة علي أنها تجمعات اجتماعية تظهر عبر شبكة الإنترنت تشكلت في ضوء ثورة الاتصالات الحديثة، تجمع بين ذوي الاهتمامات المشتركة، بحيث يتواصلون فيما بينهم ويشعرون كأنهم في مجمع حقيقي(حمادة، 2001، ص34).

أما زايد فيرى أنها تجمعات اجتماعية تظهر عبر شبكة الإنترنت عندما يدخل عدد كاف من الناس في مناقشات عبر فترة كافية من الزمن، يجمع بينهم شعور إنساني كاف، بحيث يشكلون مواقع للعلاقات الشخصية عبر الفضاء الإلكتروني (زايد، 2003، ص61).

حدود الدراسة الزمنية والمكانية

أجريت الدراسة في العام 2011. وجاءت حدودها المكانية ضمن جزء من المجتمع الأردني، يتمثل في شباب وشابات تتراوح أعمارهم بين (15-24 سنة).

محددات الدراسة

طبيعة المشاركة بموقع (الفيس بوك) تشهد تناميا وتغيرا سريعا ومتواصلا قد يحد من قدرة الباحث على متابعتها حتى خلال فترة إجراء الدراسة، الأمر الذي يحد نسبيا من تعميم النتائج التي تتوصل إليها أية دراسة في هذا المجال بشكل قاطع على الأوقات اللاحقة للدراسة.

وقد قامت الباحثة في هذه الدراسة وكمحاولة للتقليل الممكن من حالة عدم الثبات التي تشوب موضوع الدراسة بالاعتماد على النسب المئوية للأرقام التي حصلت عليها في تحليل النتائج، أكثر من اعتمادها على الأرقام المجردة، كون النسب تكون عادة أكثر ثباتا في مثل هذه المواضيع.

المبحث الثاني

الطريقة والإجراءات

المنهج المعتمد

استخدمت الباحثة المنهج الوصفي، وذلك لملاءمته لأغراض الدراسة الحالية، ذلك أن المنهج الوصفي يعتبر من أهم المناهج المتبعة في الدراسات الإعلامية، إذ تم استخدام أسلوب المسح (الاستبيان) لجمع البيانات، والتعرف على خصائص الظاهرة، ولعل أكثر ما يميز أسلوب المسح إعطاء الفرصة لجمع كمية كبيرة من البيانات من مجتمع ضخم (كمجتمع الدراسة الحالية) عن طريق استخدام العينة وتعميم نتائجها، حيث يتم المسح على دراسة أشياء موجودة بالفعل وقت إجراء الدراسة، وفي مكان معين، ويتجه إلى توضيح الطبيعة الحقيقية للأشياء أو المشكلات أو الأوضاع الاجتماعية، وتحليل تلك الأوضاع للوقوف على الظروف المحيطة بها، أو الأسباب الدافعة إلى ظهورها (ناشيماز، 2004، ص65).

مجتمع الدراسة

يتألف مجتمع الدراسة من جميع الشباب الذين تتراوح أعمارهم ما بين (15-24 سنة) في الأردن، والبالغ عددهم (1.317.070) شاباً وشابة حسب إحصاءات دائرة الإحصاءات العامة لعام 2010م.

عينة الدراسة

تم تحديد حجم عينه الدراسة بـ (384) شاب وشابة، ممن تتراوح أعمارهم ما بين (15-24سنه)، فجرى توزيع مقياس الدراسة عليهم، وقد تم تحديد عدد العينة بناء على تعداد مجتمع الدراسة وحساب العينة الممثلة له إحصائيا

بواسطة الاستعانة بحسابه إلكترونيا عبر موقع (macorr.com) المتخصص بالبحوث والتحليلات الإحصائية، الملحق رقم (3).

وتم حساب نسب توزيع مجتمع الدراسة على محافظات المملكة، ثم تم توزيع أعداد عينة الدراسة على محافظات المملكة بما يساوي نسب توزيع مجتمع الدراسة، أي أنه تم أخذ نسبة مئوية من عينة الدراسة لكل محافظة بما يساوي نسبة الشباب في المجتمع لنفس المحافظة، وكما هو موضح بالجدول رقم (7).

أي أن نوع العينة في هذه الدراسة كانت عينة حصصية، ذلك أن العينة الحصصية هي التي يتم اختيار أفرادها من بين الجماعات أو الفئات ذات الخصائص المعينة، وبنسبة الحجم العددي لهذه الجماعات، وبشروط محددة مسبقا (المعايطة، 2011، ص145).

الجدول رقم (7)

يوضح أعداد ونسب مجتمع الدراسة في كل محافظة، وأعداد عينتها

المحافظة	تعداد مجتمع الدراسة	النسبة المئوية لتوزيع مجتمع الدرسة وعينتها على المحافظات	العينة
العاصمة	504560	٪38.3	147
البلقاء	86180	٪6.54	25
الزرقاء	187510	٪14.2	55
مادبا	33740	٪2.56	10
اربد	244260	٪18.54	71
المفرق	62580	٪4.75	19
جرش	41860	٪3.17	13
عجلون	31075	٪2.35	9
الكرك	52825	٪4.01	16
الطفيلة	19685	٪1.49	6
معان	26245	٪1.99	8
العقبة	26550	٪1 .2	5
المجموع	1317070	٪100	384

كما تم تقسيم العينة لكل محافظة مناصفة بين الذكور والإناث، وفي المحافظات التي كان عدد عينتها فرديا تم تقسيم العدد مناصفة بين الذكور والإناث وأعطي العدد المفرد لذكر، وذلك حتى يتماشى مع التوزيع الحقيقي للجنسين في مجتمع الدراسة، والذي تزيد فيه نسبة الذكور قليلا عن الإناث، والجدول رقم (8) يبين توزيع أفراد العينة تبعا لمتغير الجنس.

الجدول رقم (8)

توزيع أفراد عينة الدراسة تبعا لمتغير الجنس

الجنس	التكرار	النسبة المئوية ٪
ذكر	195	%50.8
انثى	189	%49.2
المجموع	384	%100.0

الجدول رقم (9)

توزيع أفراد عينة الدراسة تبعا لمتغير السكن

الاقليم	التكرار	النسبة المئوية ٪
وسط	238	%62.0
شمال	119	%31.0
جنوب	27	%7.0
المجموع	384	%100.0

ثم روعي أثناء اختيار العينة التنوع في الأعمار وفي التخصصات وكذلك الطبقات الإجتماعية، فعلى سبيل المثال تم تجنب أن تتركز العينة في طلاب المدارس أو طلاب الجامعات فقط، أو أن تتركز في أحياء فقيرة أو غنية، وإنما

إعتمد التنوع قدر المستطاع، لتكون العينة أكثر تمثيلا لمجتمع الدراسة، والجدول رقم (10) يبين التوزيع تبعا لمتغير العمر.

الجدول رقم (10)

توزيع أفراد عينة الدراسة تبعا لمتغير العمر

العمر	التكرار	النسبة المئوية ٪
19-15	155	%41.0
24-20	223	%59.0
المجموع	378	%100.0

وقد تم توزيع الأداة (الإستمارة) على كل فرد من أفراد العينة باليد، وانتظاره حتى اتمام الإجابة ثم استعادتها منه، وبالتالي فقد تم استلام نفس العدد من الإستمارات التي تم توزيعها والبالغة (384) إستمارة.

أداة الدراسة

قامت الباحثة بتطوير مقياس الدراسة بعد الرجوع إلى الأدب النظري والدراسات السابقة الخاصة بموضوع اتجاهات الشباب والعلاقات الأسرية، والذي يتكون من قسمين الأول يتعلق بالمعلومات الديمغرافية، والثاني الذي يحتوي على عشرة أسئلة اختيار من متعدد، الملحق رقم (2).

صدق الأداة

للتحقق من صدق الأداة تم عرضها على مجموعة من المحكمين وعددهم (10) متخصصين في الصحافة والإعلام، وعلم الاجتماع، وعلم النفس والإرشاد النفسي والتربوي، من أجل الأستفادة من ملاحظاتهم فيما يتعلق بوضوح صياغة الفقرات وأنتمائها للمجال الذي تقيسه، وقد أبدى المحكمين

مجموعة من الملاحظات تتعلق بصياغة بعض الفقرات، وحذف بعض الفقرات التي لا تنتمي إلى المجال، وقد تم إعتماد نسبة اتفاق (80٪) فأكثر للإبقاء على الفقرة أو حذفها، وقد أبدى المحكمين ملاحظات تتعلق بوضوح بعض الفقرات ودقة صياغتها، والتي تم مراعاتها في الصيغة النهائية للمقياس.

ثبات الأداة

للتحقق من ثبات الأداة، قامت الباحثة بتطبق أداة الدراسة على (40) فردا ممن تنطبق عليهم خصائص مجتمع الدراسة، وبعد ثلاثة أسابيع تم تطبيق أداة الدراسة مرة أخرى على العينة نفسها، وقد تم حساب معامل الإرتباط بين التطبيقين كمؤشر على الثبات بطريقة الإعادة ((Test-retest، وبلغ معامل الثبات (0.78)، وقد قامت الباحثة باستخراج معامل الثبات بطريقة كرونباخ الفا، وقد بلغ معامل الثبات (0.81)، وهذا يشير إلى أن المقياس يتمتع بدلالات ثبات مناسبة.

إجراءات تطبيق الدراسة

- قامت الباحثة باجراء دراسة إستطلاعية على عينة مقدارها 28 شابا وشابه، هدفت إلى تكوين فكرة عامة عن مدى شيوع الاشتراك بـ(الفيس بوك) لدى فئة الشباب، والمبينة بالملحق رقم (1).
- بعد الاطلاع على الأدب النظري الخاص بموضوع الدراسة، تم بناء مقياس الدراسة، والمبين في الملحق رقم (2).
- تحديد عدد افراد عينة الدراسة بـ(384) شاب وشابة ، مبين في الملحق رقم (3).
- عرض أداة القياس على عشر محكمين بغرض التمكن من صدقها.

- تطبيق الأداة على عينة من 40 شابا، ثم إعادة تطبيقها بعد ثلاثة أسابيع، للتحقق من الثبات بطريقة الاختبار وإعادة الاختبار (Test-retest).
- تعديل الأداة وفقا لآراء الخبراء.
- توزيع المقياس على أفراد عينة الدراسة، وفقا لعدد العينة في كل محافظة من محافظات المملكة.
- عند توزيع المقياس على أفراد العينة روعي كذلك أن يتناسب التوزيع من حيث النوع (ذكر، أنثى) مع توزيع النوع في مجتمع الدراسة.
- تم توزيع الأداة (الإستمارة) على كل فرد من أفراد العينة باليد، وانتظاره حتى اتمام الإجابة ثم استعادتها منه، وبالتالي فقد تم استلام نفس العدد من الإستمارات التي تم توزيعها والبالغة (384) إستمارة.
- جمع البيانات وتفريغها بالحاسوب تمهيدا لتحليلها.
- تحليل نتائج التطبيق.
- كتابة التقرير النهائي للدراسة.

المعالجة الاحصائية

من أجل الإجابة عن أسئلة الدراسة تم استخدام الأساليب الإحصائية الآتية:

- التكرارات والنسب المئوية، لإعطاء الأرقام مدلولات صحيحة تمكن الباحثة من تحليلها بطريقة منطقية، والخروج بالتالي بنتائج صحيحة تحاكي الواقع.

صعوبات الدراسة

تمثلت صعوبات الدراسة التي واجهتها الباحثة بما يلي:

1. شح المراجع العربية العلمية المتعلقة بموضوع (الفيس بوك)، نظرا لحداثته في العالم، وبالتالي إضطرت الباحثة للإعتماد على المصادر الأجنبية.
2. الأحداث والمستجدات المتتالية والسريعة في شأن (الفيس بوك)، أوجدت أمام الباحثة ثلاثة أنواع من الصعوبات، هي:

أ. هنالك كم كبير من التطورات والمستجدات التي تتطلب من الباحثة مواصلة المتابعة حتى آخر لحظة من إجراء الدراسة.

ب. عدم وجود مراجع علمية تغطي الأحداث الجديدة (لحداثتها).

ج. معظم الأدب المكتوب حول (الفيس بوك) يصعب الإعتماد عليه، لعدم إعتماده المنهج العلمي الصحيح، فعلى سبيل المثال كانت التواريخ المحددة للأحداث غير متوفرة بشكل دقيق، حيث ترى الباحثة أن الكتابة والبحث في (الفيس بوك) يتطلب كتابة من نوع جديد؛ تتناسب مع سرعة المستجدات، ويبدو أن هذا الأمر لم يعتد عليه بعد بعض الباحثين.

المبحث الثالث

الدراسات السابقة

مدخل

بعد اطلاع الباحثة على عدد من الدراسات السابقة ذات الصلة بموضوع الدراسة، برز أمامها شح جلي في الدراسات المحلية أو العربية التي تتناول موضوع (الفيس بوك) بما يخدم موضوع الدراسة، وبذلك فقد انصب الاعتماد الأكبر في هذا المجال على الدراسات الأجنبية، وتم اعتماد الدراسات السابقة التالية لصلتها بموضوع الدراسة وهي:

أولا: الدراسات العربية

- دراسة إيمان أمين الشمايلة (2006) بعنوان (مقياس الآثار الاجتماعية لاستعمال طلبة الجامعات الأردنية لشبكة الإنترنت)، هدفت الدراسة إلى بناء مقياس لآثار العلاقات الاجتماعية لاستعمال طلبة الجامعات الأردنية لشبكة الإنترنت، وبينت النتائج أن درجة تأثير الإنترنت سلبية وبدرجة قليلة في مجال العادات والتقاليد، والمجال الديني، ومجال الإدمان على الإنترنت، بينما كان التأثير سلبيا بدرجة متوسطة في المجال النفسي، والمجال الأخلاقي، أما المجال السياسي فكان التأثير إيجابيا بدرجة قليلة، كما كان التأثير إيجابيا وبدرجة كبيرة في المجال العلمي والثقافي.

كما خلصت الدراسة إلى أن درجة التأثير كانت أكبر في جميع المجالات عند الذكور سواء في المجالات السلبية أو الإيجابية عن درجته عند الإناث.

- دراسة حلمي ساري (2008) بعنوان (تأثير الاتصال عبر الإنترنت في العلاقات الاجتماعية: دراسة ميدانية في المجتمع القطري)، هدفت الدراسة إلى معرفة تأثيرات الاتصال عبر الإنترنت في العلاقات الاجتماعية في المجتمع

القطري، حيث تم اختيار عينة عشوائية مكونة من (471) فردا وزعت عليهم استبانة مكونة من (21) سؤالا، ومن بين ما توصلت إليه أن تأثير الإنترنت في الإناث كان أكثر من الذكور، وكان للتواصل مع الإنترنت تأثير في المتصلين على اتصالهم الشخصي المباشر مع أفراد أسرهم وأصدقائهم ومعارفهم، كما أظهرت قدرة للاتصال عبر الإنترنت في تكوين علاقات عاطفية قوية، وتوصلت كذلك إلى وجود تأثيرات للإنترنت في نسق التفاعل الاجتماعي لدى المتصلين فيه تمثلت في تراجع عدد زياراتهم لأقاربهم، وتراجع نشاطاتهم الاجتماعية، وزيادة نسبة الشعور بالاغتراب عن مجتمعهم المحلي.

- دراسة سماح حسين القاضي (2009) بعنوان (تلفزيون الواقع ونشر الثقافة الاستهلاكية)، حيث خلصت الباحثة إلى وجود علاقة ارتباطية بين تلفزيون الواقع وزيادة استهلاك السلع الاستهلاكية الثقافية واليومية، كما وجدت علاقة ارتباطية بين حجم التعرض لبرامج تلفزيون الواقع وتبني نمط الحياة الاستهلاكية.

ثانيا: الدراسات الأجنبية

- دراسة Aryn Karpinski (2009) بعنوان

(The academic impact of the Facebook)

التأثير الأكاديمي لـ (الفيس بوك)، هدفت الدراسة إلى إيجاد العلاقة بين الاشتراك بموقع (الفيس بوك) وبين التحصيل الأكاديمي لطلبة الجامعات، حيث شملت عينة الدراسة 219 طالبا من جامعة أوهايو، وتبين أن الدرجات التي يحصل عليها طلاب الجامعات المشتركين في موقع (الفيس بوك) أدنى بشكل واضح من تلك التي يحصل عليها نظراؤهم الذين لا يستخدمون هذا الموقع، وأكدت على أنه كلما تصفح الطالب الجامعي هذا الموقع كلما تدنت علاماته في الامتحانات، وقد اعترف 79٪ من الطلاب الذين شملتهم الدراسة بأن

اشتراكهم في الموقع أثر سلبياً على تحصيلهم الدراسي، وقد وجدت الدراسة أن 65٪ من المشتركين في موقع (الفيس بوك) يتفقدون رصيدهم يوميا، كما أنها لم تجد اختلافا في تأثير الاشتراك في الموقع بناء على الجنس، حيث كان التأثير متساو بين الإناث والذكور.

■ دراسة Lesly Simmons (2009) بعنوان

(Common sense, Social Networks and the Workplace: the Generational divide explored)

الحس العام، الشبكات الاجتماعية ومكان العمل: استكشاف لتقسيم الأجيال، درست الباحثة أثر الشبكات الاجتماعية في الإنترنت على المثل والقيم الأخلاقية في المجتمع، وتراجع مستوى المهنية في بيئة العمل، وخلصت إلى أن للشبكات الاجتماعية تأثير سلبي على مستوى المهنية في العمل، ومن ذلك قيام الرؤساء بالتأثر بمشاركات مرؤوسيهم على الشبكات الاجتماعية عند القيام بتقييمهم، إذ لم تعد إنتاجية الموظف وحرفيته المعيار الأساسي في التقييم، وترى أن تطور الشبكات الاجتماعية السريع لم يواكبه الدراية اللازمة من قبل المستخدمين الراشدين والمراهقين على حد سواء، حيث يتأثر المراهقون بالبالغين، وكذلك يتأثر البالغون بالمراهقين داخل المجتمعات الإلكترونية، الأمر الذي يهدد قواعد المجتمع القيمية والأخلاقية إن استمر الوضع القائم.

■ دراسة Jason Soon (2010) بعنوان

(Did Facebook Absorb Freewill?)

هل اختزل (الفيس بوك) الإرادة الحرة؟، بحثت الدراسة في مستوى ضغط القرناء على الفرد، ومساهمتهم الضاغطة في زيادة مستوى اشتراك طلاب الكليات والمعاهد في مبتكرات الاتصال الجديد، حيث استخدمت البيانات التي تم جمعها عن الطلبة غير المتخرجين من جامعة "نورث إيسترن"

لمعرفة الضغوط التي تعرضوا لها من أقرانهم وجعلتهم يشتركون في موقع (الفيس بوك)، لاختبار نظرية جديدة في "الإذعان المجتمعي"، ويخلص الباحث إلى أن (الفيس بوك) بشكله الراهن كموقع اجتماعي تفاعلي يؤدي إلى ضمور حرية الفرد في الاختيار، لتصبح خياراته متأثرة بضغوط المجتمع الإلكتروني والرفقاء.

- دراسة Michael Laine (2010) بعنوان

(Effects of Group Categories on the structure of Online Social Networks)

آثار فئات المجموعة في بنية الشبكات الاجتماعية على الإنترنت، يصنف الباحث مواقع أوركت، (فيس بوك)، وفرندستر بأنها مواقع اجتماعية بحتة، في حين أن مواقع يوتيوب، وفليكر على أنها تغطي مجالات متعددة مع احتوائها على المحتوى الاجتماعي كذلك، وتتمحور الدراسة على البحث في موقع اليوتيوب، وتقوم على الربط ما بين المحتوى ووسيلة الاتصال، مع التركيز على الخاصية الجديدة التي أدخلها موقع اليوتيوب والمتمثلة بإتاحة الإمكانية أمام المشتركين في تكوين جماعات داخل الموقع، ولا تكتفي الدراسة في تصنيف هذه المجموعات وإنما تدرس الأنشطة التي تشجعها هذه المجموعات، وكيفيه بنائها وتطورها، ونوع الرابط الذي يحفز الأعضاء الجدد على المشاركة في مجموعات اليوتيوب.

خلصت الدراسة إلى أن لفئة المحتوى سلطة وتأثير قوي على سلوك أفرادها، بحيث يمكن من خلال الاطلاع على فئة محتوى المعاني الموجودة بكل مجموعة التنبؤ في طبيعة أفرادها وطريقة نموها، وبهذا فإن عالمنا الذي أصبح صغيرا - قرية صغيرة - بات يقوم على المجموعات التي تتحكم مضامينها في سلوك أفرادها، الأمر الذي يوضح مدى قوة سيطرة وتحكم المجموعة في الفرد.

■ دراسة National College of Ireland (2010) بعنوان
(Face the Facts, An eye-tracking study investigating how Irish users engage with advertising and media on Facebook)

مواجهة الحقائق، دراسة مسحية تتفحص انغماس الإيرلنديين بالاعلان والإعلام على (الفيس بوك)، تبحث الدراسة في كيفية تعامل الإيرلنديين مع شبكات التواصل الاجتماعي وتحديدا موقع (الفيس بوك)، وتظهر الصفحات الأكثر جاذبية فيه، وأسباب الإقبال على الاشتراك في الموقع، ومدى تأثر المشتركين بما يقدم لهم من خلال الموقع، وتبحث في طبيعة وحجم مشاركات المشتركين.

خلصت الدراسة إلى أن جنس المشتركين (ذكورا أو إناثا) لا يؤثر في طبيعة التفاعل مع (الفيس بوك)، إلا أن عامل العمر أثر بشكل ملحوظ على طبيعة التعامل مع هذا الموقع.

■ دراسة Madeline Schwartz (2010) بعنوان
(The Usage of Facebook as It Relates to Narcissism, Self-Esteem and Loneliness)

استخدام (الفيس بوك) وعلاقته بالنرجسية، تقدير الذات والوحدة، تبحث الدراسة في تأثير الاشتراك في موقع (الفيس بوك) على المراهقين، والعلاقة بين الإفراط في التعرض لموقع (الفيس بوك) وتقدير الذات، وتعزيز النرجسية، وزيادة الشعور بالوحدة، ووجدت الدراسة أن (الفيس بوك) يجعل مشتركيه يعيشون حالة أثناء تواجدهم على الموقع يصعب أن يعيشوها في واقعهم، مما يخفض من درجة تقديرهم لذاتهم، في حين لم تعط الأرقام ارتباطا قويا بين الاشتراك في الموقع ورفع درجة النرجسية عند مستخدميه، لكنها بينت أن النرجسيين يحاولون إحاطة أنفسهم بعدد كبير من الأصدقاء على الشبكة، كما أوجدت الدراسة علاقة سلبية بين النرجسية والشعور بالوحدة، في حين وجدت أن العلاقة إيجابية بين الشعور بالوحدة والتردد على جميع مكونات

الاستخدام المتاحة في الموقع، ووجدت أن إفراط المراهقين وقضائهم فترات زمنية طويلة في التواجد على الموقع يحرمهم من فرصة الكشف عن ذاتهم تلك الخاصية التي يجب أن تنمو وتتكامل في مرحلة المراهقة للمساهمة في بناء شخصياتهم بشكل متكامل، الأمر الذي يؤثر سلبا على مقومات بناء التنمية في المجتمع والدولة.

حدود الإستفادة من الدراسات السابقة

لقد إستفادت الباحثة فعليا من الإطلاع على تلك الدراسات مجتمعة وفرادى في جوانب عدة؛ ومن أهم هذه الجوانب أنها أضافت كمحصلة مجتمعة أبعادا هامة إلى إجراءات الدراسة الحالية، ومكنت الباحثة من تكوين تصور أوضح وأدق لمشكلة الدراسة وأهدافها، ورصد أهم الجوانب المنهجية، إضافة إلى مساهمتها في صياغة تساؤلات الدراسة ووتصميم استمارتها الميدانية.

وتفردت كل واحدة من تلك الدراسات بتقديم بعض الفوائد التفصيلية للدراسة الحالية؛ حيث يستفاد من دراسة إيمان الشمايلة وكونها دراسة محلية فإنها تتيح للباحثة مجالا للمقارنة بين نتائجها ونتائج الدراسة الحالية خصوصا في المجال الاجتماعي، نظرا لوجود فاصل زمني طويل نسبيا يفصل بين الدراستين، في حين أن دراسة حلمي ساري عززت موضوع الدراسة الحالية في وجود علاقة ما بين الإنترنت والعلاقات الاجتماعية التي تضم بطبيعة الحال العلاقات الأسرية، إضافة إلى الاستفادة من منهجيتها ومراجعها، بينما جاءت دراسة سماح القاضي لتؤكد على أن هنالك علاقة للإعلام الجديد في تغيير الاتجاهات، وهذه الجزئية تعتبر من أهم ما بني عليه موضوع الدراسة الحالية، أما دراسة Aryn Karpinski فهي تثبت مدى إقبال الشباب على الاشتراك بموقع (الفيس بوك)، كما تثبت أن (الفيس بوك) يؤثر في جوانب مختلفة من حياة مشتركيه، وهو ما تحاول الدراسة الحالية الوقوف عليه من ناحيه تحديد نسبة

انتشار المشاركة فيه بين الشباب الأردني، وتأثيره على العلاقات الأسرية لمشتركيه، وتأتي دراسة Lesly Simmons لتؤكد أن العلاقات الاجتماعية التي تحدث في المجتمع الافتراضي بين المشتركين على موقع (الفيس بوك) تتسبب في تغيير نوع وشكل العلاقات في المجتمع الحقيقي، وهذا ما تبحثة الدراسة الحالية في شأن تغيير شكل العلاقات الأسرية نتيجة الاشتراك بهذا الموقع، بينما لفتت دراسة Jason Soon نظر الباحثة إلى الانتباه في دراستها لتأثير القرناء والأصدقاء في التشجيع على الاشتراك في موقع (الفيس بوك)، كون هذه الدراسة تعطي تصورا عن تسبب الاشتراك في موقع (الفيس بوك) في تقليل إمكانية تكوين اتجاهات فردية حرة لدى أفراد المجتع المشتركين نتيجة زيادة درجة الإذعان عندهم لضغط القرناء، وتأتي دراسة Michael Laine لتكمل البحث في سلطة وأثر محتوى المجموعات المتواجدة في المواقع الاجتماعية على سلوك أفرادها، وهذا يقدم تصورا لسيطرة (الفيس بوك) على مشتركيه على اعتباره أهم المواقع التي تقوم على المجموعات، أما دراسة National College of Ireland التي تؤكد عدم تأثير عامل جنس المشتركين (إناثا أو ذكورا) في طبيعة التفاعل مع (الفيس بوك) في المجتمع الإيرلندي، هذه النتيجة تتيح للدراسة الحالية فرصة قياس هذه النتيجة في المجتمع الأردني ومقارنتها، وبالنسبة لدراسة Madeline Schwartz فإنها تخدم فكرة الدراسة في أن الإفراط بالتعرض (للفيس بوك) يفصل المشترك عن عالمه الحقيقي ولا يتيح أمامه اكتشاف وتكوين اتجاهاته الخاصة، الأمر الذي ساهم في توجيه الدراسة الحالية إلى الاهتمام بقياس درجة التعرض بالنسبة للمشتركين.

ولعل أكثر ما يميز هذه الدراسة عن الدراسات التي سبقتعها هو المكان الجغرافي الذي أجريت عليه، فهي تدرس اشتراك الشباب في مجتمع شرقي بموقع (الفيس بوك)، وعلاقة اشتراك هذا القطاع بالأسرة، آخذة بعين الاعتبار خصوصية هذه العلاقة في المجتمعات الشرقية، الأمر الذي يوضح جانب من تأثيرات ما بات يسمى بـ"الإعلام الجديد" على بنية هذه المجتمعات.

المبحث الرابع

نتائج الدراسة

هدفت الدراسة الحالية إلى الإجابة على السؤال الرئيسي المتمثل بمعرفة علاقة المشاركة بموقع الفيس بوك باتجاهات الشباب نحو العلاقات الأسرية، والذي تجيب عليه أسئلة الدراسة الفرعية، ولتحقيق ذلك، تم اختيار عينة متاحة بلغت (384) فردا، وبعد جمع البيانات، وتحليلها إحصائيا، توصلت الباحثة إلى النتائج التي تجيب على أسئلة الدراسة الفرعية. وفقا لما يلي:

أولاً: النتائج المتعلقة بالسؤال الفرعي الأول: ما نسبة المشتركين في موقع (الفيس بوك) من الشباب؟

للإجابة عن هذا السؤال تم حساب التكرارات والنسب المئوية لمقياس الدراسة، والجدول (11) يبين نتائج ذلك.

الجدول (11)

التكرارات والنسب المئوية لنسبة الشباب المشتركين وغير المشتركين في (الفيس بوك)

المشتركين	التكرار	النسبة المئوية ٪
مشترك	282	%73.4
غير مشترك	102	%26.6
المجموع	384	%100

من الجدول رقم (11) يتضح ان (%73.4٪) من أفراد عينة الدراسة مشتركين بموقع (الفيس بوك)، في حين ان (%26.6) من أفراد عينة الدراسة غير مشتركين بـ(الفيس بوك).

ثانيا: النتائج المتعلقة بالسؤال الفرعي الثاني: هل تختلف نسبة المشاركة بموقع (الفيس بوك) باختلاف متغير الجنس؟

للإجابة عن هذا السؤال تم حساب التكرارات والنسب المئوية لمقياس الدراسة، والجدول (12) يبين نتائج ذلك.

جدول (12)

التكرارات والنسب المئوية لنسبة الشباب المشتركين وغير المشتركين في (الفيس بوك) باختلاف متغير الجنس

الجنس	مشترك	النسبة المئوية للمشتركين	غير مشترك	النسبة المئوية لغير المشتركين	المجموع
ذكر	158	٪56	37	٪36.3	195
انثى	124	٪44	65	٪63.7	189
المجموع	282	٪100	102	٪100	384

من الجدول رقم (12) يتضح أن نسبة الذكور من أفراد عينة الدراسة المشتركين بموقع (الفيس بوك) بلغت (56٪)، في حين أن نسبة الإناث بلغت (44٪)، أما أفراد عينة الدراسة غير مشتركين بـ(الفيس بوك) فقد بلغت نسبة الذكور منهم (36.3٪)، وبلغت نسبة الإناث (63.7٪).

ثالثاً: النتائج المتعلقة بالسؤال الفرعي الثالث: ما مدى تعرض الشباب المشتركين في موقع (الفيس بوك) للموقع ؟

للإجابة عن هذا السؤال تم حساب التكرارات والنسب المئوية لمقياس الدراسة، والجداول (13) (14) تبين نتائج ذلك.

الجدول (13)

التكرارات والنسب المئوية لسؤال تفقد الحساب على موقع (الفيس بوك)

(للمشتركين فقط)

تفقد الحساب	التكرار	النسبة المئوية ٪
يوميا	208	%73.8
أسبوعيا	46	%16.3
شهريا	8	%2.8
مرات متباعدة	20	%7.1
المجموع	282	%100

من الجدول رقم (13) يتضح ان (73.8٪) من أفراد عينة الدراسة من المشتركين بموقع (الفيس بوك) يتفقدون حسابهم على الموقع يوميا، في حين ان (16.3٪) منهم يتفقدون حسابهم أسبوعيا، و(2.8٪) يتفقدوه شهريا، والبقية البالغة (7.1٪) يتفقدوه في مرات متباعدة.

الجدول (14)

التكرارات والنسب المئوية لسؤال عدد الساعات التقريبية التي يقضيها المشتركون على موقع (الفيس بوك) في اليوم (للمشتركين الذين يتفقدون حسابهم يوميا)

عدد الساعات	التكرار	النسبة المئوية ٪
اقل من ساعة	28	٪13.5
ساعة-اقل من ساعتين	62	٪29.8
ساعتين-اقل من ثلاث ساعات	61	٪29.3
ثلاث ساعات او اكثر يومياً	57	٪27.4
المجموع	208	٪100

من الجدول رقم (14) يتضح من أفراد عينة الدراسة المشتركين بموقع (الفيس بوك) والذين يتفقدون حسابهم يوميا أن (13.5٪) يقضون أقل من ساعة يوميا في تفقد حسابهم على موقع (الفيس بوك)، في حين أن (29.8٪) منهم يقضون ساعة وأقل من ساعتين يوميا في تفقد الموقع، و(29.3٪) منهم يقضون ساعتين وأقل من ثلاث ساعات يوميا، والبقية البالغة (27.4٪) منهم يقضون في تفقد الموقع ثلاث ساعات أو أكثر يوميا.

رابعا: النتائج المتعلقة بالسؤال الفرعي الرابع: ما مدى إدراك المشتركين في موقع (الفيس بوك) لتأثيره على حياتهم؟

للإجابة على هذا السؤال تم حساب التكرارات والنسب المئوية لمقياس الدراسة، والجداول (15) (16) تبين نتائج ذلك.

الجدول (15)

التكرارات والنسب المئوية لسؤال رؤية المشتركين حول أن (الفيس بوك) قد قلل من الوقت الذي يقضونه مع الأسرة (للمشتركين فقط)

وقت الأسرة	التكرار	النسبة المئوية ٪
نعم، بقدر كبير	72	٪25.5
نعم، الى حد ما	90	٪31.9
لا	103	٪36.5
لا أعرف	17	٪6.0
المجموع	282	٪100

من الجدول رقم (15) يتضح من أفراد عينة الدراسة المشتركين بموقع (الفيس بوك) أن (25.5٪) منهم يعتقدون أن اشتراكهم بموقع (الفيس بوك) قلل بقدر كبير من الوقت الذي يقضونه مع أسرهم، في حين أن (31.9٪) منهم يرون أن

اشـتـراكـهـم في الموقع قلل إلى حـد مـا مـن الوقت الذي يقـضـونه مع أسـرهـم، و(36.5٪) منهم لا يعتقدون بأن اشـتـراكـهم بموقع (الفيس بوك) قلل من الوقت الذي يقضونه مع أسرهم، والبقية البالغة (6.6٪) لا يعرفون إذا ما كان اشتراكهم في (الفيس بوك) قلل أو لم يقلل من الوقت الذي يقضونه مع أسرهم.

الجدول (16)

التكرارات والنسب المئوية لسؤال شعور المشتركين في المجمل إن كان اشتراكهم في موقع (الفيس بوك) أثر على حياتهم (للمشتركين فقط)

تأثير (الفيس بوك)	التكرار	النسبة المئوية ٪
ايجابيا	128	٪45.6
سلبيا	43	٪15.3
لم يؤثر	70	٪24.9
لم الاحظ	40	٪14.2
المجموع	281	٪100

من الجـدول رقـم (16) يتـضـح مـن أفـراد عـينة الـدراسـة المشـتـركين بموقع (الفيس بوك) أن (45.6٪) منهم يشعرون أن اشتراكهم في موقع (الفيس بوك) أثر إيجابيا على حياتهم، في حين أن (15.3٪) يشعرون أن اشتراكهم أثر سلبيا على حـيـاتهم، و(24.9٪) لا يشـعـرون أن اشـتـراكـهـم في (الـفـيس بوك) أثر حياتهم، والبقية البالغة (14.2٪) لم يلحظوا تأثيرا له على حياتهم.

خامسا: النتائج المتعلقة بالسؤال الفرعي الخامس: ما اتجاهات الشباب المشتركين وغير المشتركين في موقع (الفيس بوك) نحو علاقاتهم الأسرية؟

للإجـابة عن هذا السـؤال تم حسـاب التكرارات والـنسب المئـوية لمقيـاس الدراسة، والجداول (17) (18) (19) (20) (21) تبين نتائج ذلك.

جدول (17)

التكرارات والنسب المئوية لسؤال عدد الساعات التي يقضيها الشباب مع أفراد الأسرة (للمشتركين وغير المشتركين)

عدد الساعات التي تقضيها مع افراد أسرتك	مشترك	النسبة المئوية للمشتركين	غير مشترك	النسبة المئوية لغير المشتركين	المجموع
لا اخوض معهم في احاديث	28	٪9.9	8	٪7.9	36
اقل من ساعة	75	٪26.6	18	٪17.8	93
ساعة وأقل من ساعتين	66	٪23.4	24	٪23.8	90
ساعتين او اكثر	113	٪40.1	51	٪50.5	164
المجموع	282	٪100	101	٪100	383

من الجدول رقم (17) يتضح أن (٪9.9) من المشتركين في موقع (الفيس بوك) لا يخوضون بالمجمل بأحاديث مع أحد من أطراف أسرهم، مقابل (٪7.9) من غير المشتركين، في حين أن (٪26.6) من المشتركين يخوضون بأحاديث مع أحد أطراف الأسرة - على الأقل - لأقل من ساعة يوميا، مقابل (٪17.8) من غير المشتركين، و(٪23.4) من المشتركين يتحادثون داخل أسرهم ساعة وأقل من ساعتين يوميا، مقابل (٪23.8) من غير المشتركين، والبقية من المشتركين البالغة (٪40.1) يخوضون بتلك الأحاديث لساعتين أو أكثر يوميا، مقابل (50.5) من غير المشتركين.

جدول (18)

التكرارات والنسب المئوية لسؤال الشخص المفضل للتحدث معه عن الهوايات

(للمشتركين وغير المشتركين)

التحدث عن الهوايات	مشترك	النسبة المئوية للمشتركين	غير مشترك	النسبة المئوية لغير المشتركين	المجموع
اصدقاؤك المقربين على الموقع	106	٪37.6	0	0	106
أحد الابوين	41	٪14.5	17	٪16.7	58
أحد الاخوة أو الاخوات	52	٪18.4	41	٪40.2	93
لا احد من المذكورين	83	٪29.5	44	٪43.1	122
المجموع	282	٪100	102	٪100	384

من الجدول رقم (18) يتضح أن (37.6٪) من المشتركين في موقع (الفيس بوك) يفضلون التحدث عن هواياتهم مع أصدقائهم المقربين على (الفيس بوك)، مقابل (0.0٪) بالطبع من غير المشتركين، في حين أن (14.5٪) من المشتركين يفضلون التحدث عن هواياتهم لأحد الأبوين، مقابل (16.7٪) من غير المشتركين، و(18.4٪) من المشتركين يفضلون التحدث عن هواياتهم لأحد الإخوة أو الأخوات، مقابل (40.2٪) من غير المشتركين، والبقية من المشتركين البالغة (29.5٪) لايفضلون التحدث عن هواياتهم إلى أي من آنفي الذكر، مقابل (43.1٪) من غير المشتركين.

جدول (19)

التكرارات والنسب المئوية لسؤال الشخص المفضل للتحدث معه عن المشاكل اليومية والمواقف الحياتية (للمشتركين وغير المشتركين)

التحدث عن المشاكل	مشترك	النسبة المئوية للمشتركين	غير مشترك	النسبة المئوية لغير المشتركين	المجموع
اصدقاؤك المقربين على الموقع	87	٪31	0	0	87
أحد الابوين	39	٪13.9	31	٪30.4	70
أحد الاخوة أو الاخوات	52	٪18.5	31	٪30.4	83
لا احد من المذكورين	103	٪36.6	40	٪39.2	136
المجموع	281	٪100	102	٪100	383

من الجدول رقم (19) يتضح أن (31.0٪) من المشتركين في موقع (الفيس بوك) يفضلون التحدث عن مشاكلهم اليومية مع أصدقائهم المقربين على الموقع، مقابل (0.0٪) بالطبع من غير المشتركين، في حين أن (13.9٪) من المشتركين يفضلون التحدث عن مشاكلهم اليومية لأحد الأبوين، مقابل (30.4٪) من غير المشتركين، و(18.5٪) من المشتركين يفضلون التحدث عن مشاكلهم اليومية لأحد الإخوة أو الأخوات، مقابل (30.4٪) من غير المشتركين، والبقية من المشتركين البالغة (36.6٪) لايفضلون التحدث عن مشاكلهم اليومية إلى أي من آنفي الذكر، مقابل (39.2٪) من غير المشتركين.

جدول (20)

التكرارات والنسب المئوية لسؤال موقف الشباب ازاء تخطيط الأسرة للقيام برحلة (للمشتركين وغير المشتركين)

القيام برحلة	مشترك	النسبة المئوية للمشتركين	غير مشترك	النسبة المئوية لغير المشتركين	المجموع
ترافقهم عادة، وانت سعيد برفقتهم	144	٪51.1	53	٪52	197
ترافقهم عادة، لكن بدون ان تستمتع	40	٪14.2	21	٪20.6	61
تفضل ممارسة نشاط خاص فيك وعدم مرافقتهم	63	٪22.3	15	٪14.7	78
لا تهمك مثل هذه الخطط	35	٪12.4	13	٪12.7	48
المجموع	282	٪100	102	٪100	384

من الجدول رقم (20) يتضح أن (51.1٪) من المشتركين في موقع (الفيس بوك) يرافقون أسرهم في الرحلات وهم سعيدون بهذا، مقابل (52.0٪) من غير المشتركين، في حين أن (14.2٪) من المشتركين يرافقون أسرهم في الرحلات دون أن يستمتعوا، مقابل (20.6) من غير المشتركين، و(22.3٪) من المشتركين يفضلون ممارسة نشاط خاص فيهم ولا يرافقون أسرهم في الرحلات، مقابل (14.7٪) من غير المشتركين، والبقية من المشتركين البالغة (12.4٪) لا يهمهم أمر مرافقة الأسرة في الرحلات، مقابل (12.7٪) من غير المشتركين.

جدول (21)

التكرارات والنسب المئوية لسؤال موقف الشاب ازاء مرافقة الأسرة لزيارة الأقارب (للمشتركين وغير المشتركين)

زيارة الأقارب	مشترك	النسبة المئوية للمشتركين	غير مشترك	النسبة المئوية لغير المشتركين	المجموع
تحب أن ترافقهم في هذه الزيارات	112	٪39.7	56	٪55	168
ترافقهم مضطراً، دون ان تستمتع	64	٪22.7	17	٪16.7	81
لا ترافقهم على الاطلاق	49	٪17.4	10	٪9.8	59
لا يهمك هذا الامر	57	٪20.2	19	٪18.5	76
المجموع	282	٪100	102	٪100	384

من الجدول رقم (21) يتضح أن (39.7٪) من المشتركين في موقع (الفيس بوك) يحبون مرافقة أسرهم في الزيارات العائلية، مقابل (55.0٪) من غير المشتركين، في حين أن (22.7٪) من المشتركين يرافقون أسرهم في الزيارات العائلية مضطرين دون أن يستمتعوا، مقابل (16.7) من غير المشتركين، و(17.4٪) من المشتركين لا يرافقون أسرهم في الزيارات العائلية على الإطلاق، مقابل (9.8) من غير المشتركين، والبقية من المشتركين البالغة (20.2٪) لا يهمهم أمر مرافقة الأسرة في الزيارات العائلية، مقابل (18.5) من غير المشتركين.

سادسا: النتائج المتعلقة بالسؤال الفرعي السادس: هل هناك فروق في اتجاهات الشباب المشتركين بموقع الفيس نحو علاقاتهم الأسرية باختلاف متغير الجنس؟

جدول (22)

نتائج التكرارات والنسب المئوية للاختلاف تبعا لمتغير عدد الساعات التي يقضيها الشباب مع الأسرة باختلاف متغير الجنس

المشتركين وغير المشتركين	مشترك						غير مشترك					
	ذكر		أنثى		المجموع		ذكر		أنثى		المجموع	
التحدث مع أفراد أسرتك	العدد	النسبة المئوية	العدد	النسبة المئوية	العدد	النسبة المئوية	العدد	النسبة المئوية	العدد	النسبة المئوية	العدد	النسبة المئوية
لا أخوض معهم في أحاديث	13	%8.3	15	%12.1	28	%9.9	5	%13.5	3	%4.6	8	%7.9
أقل من ساعة	53	%33.5	22	%17.7	75	%26.6	9	%24.4	9	%14.1	18	%17.8
ساعة وأقل من ساعتين	39	%24.7	27	%21.8	66	%23.4	13	%35.1	11	%17.2	24	%23.8
ساعتين أو أكثر	53	%33.5	60	%48.4	113	%40.1	10	%27.0	41	%64.1	51	%50.5
المجموع	158	%100	124	%100	282	%100	37	%100	64	%100	101	%100

جدول (23)

نتائج التكرارات والنسب المئوية للاختلاف تبعا لمتغير التحدث عن الهوايات باختلاف متغير الجنس

التحدث عن الهوايات	مشترك				المجموع		غير مشترك				المجموع	
	ذكر		أنثى				ذكر		أنثى			
	العدد	النسبة المئوية	العدد	النسبة المئوية	العدد	النسبة المئوية	العدد	النسبة المئوية	العدد	النسبة المئوية	العدد	النسبة المئوية
أصدقاؤك المقربين على الموقع	71	%44.9	35	%28.2	106	%37.6	0	%0	0	%0	0	%0
أحد الأبوين	16	%10.1	25	%20.2	41	%14.5	5	%13.5	12	%10.5	17	%16.7
أحد الأخوة أو الأخوات	28	%17.7	24	%19.3	52	%18.4	10	%27.0	31	%47.7	41	%40.2
لا أحد من المذكورين	43	%27.3	40	%32.3	83	%29.5	22	%59.5	22	%33.8	44	%43.1
المجموع	158	%100	124	%100	282	%100	37	%100	65	%100	102	%100

جدول (24)

نتائج التكرارات والنسب المئوية للاختلاف تبعا لمتغير التحدث عن المشاكل باختلاف متغير الجنس

التحدث عن المشاكل	مشترك				المجموع		غير مشترك				المجموع	
	ذكر		أنثى				ذكر		أنثى			
	العدد	النسبة المئوية	العدد	النسبة المئوية	العدد	النسبة المئوية	العدد	النسبة المئوية	العدد	النسبة المئوية	العدد	النسبة المئوية
اصدقاؤك المقربين على (الفيس بوك)	61	%38.6	26	%21.1	87	%31.0	0	%0	0	%0	0	%0
أحد الأبوين	18	%11.4	21	%17.1	39	%13.8	6	%16.2	25	%38.5	31	%30.4
أحد الأخوة أو الأخوات	25	%15.8	27	%22.0	52	%18.5	12	%32.4	19	%29.2	31	%30.4
لا احد من المذكورين	54	%34.2	49	%39.8	103	%36.7	16	%43.2	21	%32.3	40	%39.2
المجموع	158	%100	123	%100	281	%100	37	%100	65	%100	102	%100



جدول (25)

نتائج التكرارات والنسب المئوية للاختلاف تبعا لمتغير القيام برحلة باختلاف متغير الجنس

المشتركين وغير المشتركين	مشترك				المجموع		غير مشترك				المجموع	
	ذكر		أنثى				ذكر		أنثى			
القيام برحلة	العدد	النسبة المئوية	العدد	النسبة المئوية	العدد	النسبة المئوية	العدد	النسبة المئوية	العدد	النسبة المئوية	العدد	النسبة المئوية
ترافقهم عادة، وانت سعيد برفقتهم	80	%50.6	64	%51.6	144	%51.1	14	%37.9	39	%60.0	53	%52.0
ترافقهم عادة، لكن بدون ان تستمتع	20	%12.7	20	%16.1	40	%14.2	7	%18.9	14	%21.5	21	%20.6
تفضل ممارسة نشاطا خاص فيك وعدم مرافقتهم	38	%24.0	25	%20.2	63	%22.3	8	%21.6	7	%10.8	15	%14.7
لا تهمك مثل هذه الخطط	20	%12.7	15	%12.1	35	%12.4	8	%21.6	5	%7.7	13	%12.7
المجموع	158	%100	124	%100	282	%100	37	%100	65	%100	102	%100

جدول (26)

نتائج التكرارات والنسب المئوية للاختلاف تبعا لمتغير زيارة الاقارب باختلاف متغير الجنس

المشتركين وغير المشتركين	مشترك				المجموع		غير مشترك				المجموع	
	ذكر		أنثى				ذكر		أنثى			
زيارة الأقارب	العدد	النسبة المئوية	العدد	النسبة المئوية	العدد	النسبة المئوية	العدد	النسبة المئوية	العدد	النسبة المئوية	العدد	النسبة المئوية
تحب أن ترافقهم في هذه الزيارات	52	%32.9	60	%48.4	112	%39.7	15	%40.6	41	%63.1	56	%54.9
ترافقهم مضطراً دون أن تستمتع	36	%22.8	28	%22.6	64	%22.7	4	%10.8	13	%20.0	17	%16.7
لا ترافقهم على الاطلاق	32	%20.3	17	%13.7	49	%17.4	7	%18.9	3	%4.6	10	%9.8
لا يهمك هذا الامر	38	%24	19	%15.3	57	%20.2	11	%29.7	8	%12.3	19	%18.6
المجموع	158	%100	124	%100	282	%100	37	%100	65	%100	102	%100

للإجابة عن هذا السؤال تم حساب التكرارات والنسب المئوية، والجداول (22) (23) (24) (25) (26) تبين نتائج ذلك.

من الجدول رقم (22) يتضح أن نسبة الذكور المشتركين بموقع (الفيس بوك) اللذين لا يخوضون بالمجمل بأحاديث مع أحد من أفراد أسرهم بلغت (8.3٪) من مجمل نسبة الذكور المشتركين عامة، قابل هذه النسبة (13.5٪) من مجمل الذكور غير المشتركين، في حين بلغت نسبة الإناث المشتركات بموقع (الفيس بوك) اللاتي لا يخضن بالمجمل بأحاديث مع أحد من أفراد أسرهن (12.1٪) من مجمل نسبة الإناث المشتركات عامة، مقابل (4.6٪) من مجمل مثيلاتهن غير المشتركات.

وبلغت نسبة الذكور المشتركين بموقع (الفيس بوك) اللذين يخوضون بأحاديث مع أحد أطراف الأسرة لأقل من ساعة يوميا (33.5٪) من مجمل نسبة الذكور المشتركين عامة، قابل هذه النسبة (24.4٪) من مجمل الذكور غير المشتركين، في حين بلغت نسبة الإناث المشتركات بموقع (الفيس بوك) اللاتي يخضن بأحاديث لأقل من ساعة يوميا مع أحد من أفراد أسرهن (17.7٪) من مجمل نسبة الإناث المشتركات عامة، مقابل (14.1٪) من مجمل الإناث غير المشتركات.

وبالنسبة لمن يمضون من ساعة إلى أقل من ساعتين؛ فقد بلغت نسبة الذكور المشتركين منهم (24.7٪) من مجمل نسبة الذكور المشتركين عامة، قابل هذه النسبة (35.1٪) من مجمل الذكور غير المشتركين، في حين بلغت نسبة الإناث المشتركات بموقع (الفيس بوك) من هذه الفئة (21.8٪) من مجمل نسبة الإناث المشتركات عامة، مقابل (17.2٪) من مجمل الإناث غير المشتركات.

أما من يمضون من ساعتين أو أكثر؛ بلغت نسبة الذكور المشتركين منهم (33.5٪) من مجمل نسبة الذكور المشتركين عامة، قابل هذه النسبة (27.0٪) من مجمل الذكور غير المشتركين، في حين بلغت نسبة الإناث المشتركات

بموقع (الفيس بوك) من هذه الفئة (48.4٪) من مجمل نسبة الإناث المشتركات عامة، مقابل (64.1٪) من مجمل الإناث غير المشتركات.

من الجدول رقم (23) يتضح من مجمل أفراد عينة الدراسة المشتركين وغير المشتركين بموقع (الفيس بوك) عن الجهة المفضل التحدث معها عن الهوايات؛ أن نسبة من يفضل أن يتحدث مع أصدقائه المقربين على (الفيس بوك) من الذكور المشتركين بلغت (44.9٪) من مجمل نسبة الذكور المشتركين عامة، وبالطبع بلغت النسبة المقابلة من مجمل الذكور غير المشتركين (0.0٪)، في حين بلغت نسبة الإناث المشتركات بموقع (الفيس بوك) من هذه الفئة (28.2٪) من مجمل نسبة الإناث المشتركات عامة، وقابلتها نسبة (0.0٪) من مجمل الإناث غير المشتركات.

أما من يفضلون التحدث عن هواياتهم مع أحد الأبوين؛ فقد بلغت هذه النسبة لدى الذكور المشتركين بموقع (الفيس بوك) (10.1٪) من مجمل نسبة الذكور المشتركين عامة، قابل هذه النسبة (13.5٪) من مجمل الذكور غير المشتركين ، في حين بلغت نسبة الإناث المشتركات بموقع الفيس من هذه الفئة (20.2٪) من مجمل نسبة الإناث المشتركات عامة، مقابل (10.5٪) من مجمل الإناث غير المشتركات.

وبالنسبة لمن يفضلون التحدث عن هواياتهم لأحد الإخوة أو الأخوات؛ فقد بلغت نسبة نسبة الذكور المشتركين منهم (17.7٪) من مجمل نسبة الذكور المشتركين عامة، قابل هذه النسبة (27.0٪) من مجمل الذكور غير المشتركين، في حين بلغت نسبة الإناث المشتركات بموقع (الفيس بوك) من هذه الفئة (19.3٪) من مجمل نسبة الإناث المشتركات عامة، مقابل (47.7٪) من مجمل الإناث غير المشتركات.

أما من لا يفضلون التحدث عن هواياتهم لأي من آنفي الذكر؛ بلغت نسبة

الذكور المشتركين منهم (27.3٪) من مجمل نسبة الذكور المشتركين عامة، قابل هذه النسبة (59.5٪) من مجمل الذكور غير المشتركين، في حين بلغت نسبة الإناث المشتركات بموقع (الفيس بوك) من هذه الفئة (32.3٪) من مجمل نسبة الإناث المشتركات عامة، مقابل (33.8٪) من مجمل الإناث غير المشتركات.

الجدول رقم (24) يوضح الجهة المفضل التحدث معها عن المشاكل اليومية؛ ذلك أن نسبة من يفضل أن يتحدث مع أصدقائه المقربين على (الفيس بوك) عن مشاكله اليومية من الذكور المشتركين بلغت (38.6٪) من مجمل نسبة الذكور المشتركين، وبالطبع بلغت النسبة المقابلة من مجمل الذكور غير المشتركين (0.0٪)، في حين بلغت نسبة الإناث المشتركات بموقع (الفيس بوك) من هذه الفئة (21.1٪) من مجمل نسبة الإناث المشتركات، وقابلتها نسبة (0.0٪) من مجمل الإناث غير المشتركات.

أما من يفضلون التحدث عن مشاكلهم اليومية مع أحد الأبوين؛ فقد بلغت هذه النسبة لدى الذكور المشتركين بموقع (الفيس بوك) (11.4٪) من مجمل نسبة الذكور المشتركين، قابل هذه النسبة (16.2٪) من مجمل الذكور غير المشتركين، في حين بلغت نسبة الإناث المشتركات بموقع الفيس من هذه الفئة (17.1٪) من مجمل نسبة الإناث المشتركات ، مقابل (38.5٪) من مجمل الإناث غير المشتركات.

وبالنسبة لمن يفضلون التحدث عن مشاكلهم اليومية لأحد الإخوة أو الأخوات؛ فقد بلغت نسبة نسبة الذكور المشتركين منهم (15.8٪) من مجمل نسبة الذكور المشتركين، قابل هذه النسبة (32.4٪) من مجمل الذكور غير المشتركين، في حين بلغت نسبة الإناث المشتركات من هذه الفئة (22.0٪) من مجمل نسبة الإناث المشتركات، مقابل (29.2٪) من مجمل الإناث غير المشتركات.

أما من لا يفضلون التحدث عن مشاكلهم اليومية لأي من آنفي الذكر؛ بلغت نسبة الذكور المشتركين منهم (34.2٪) من مجمل نسبة الذكور المشتركين، قابل

هذه النسبة (43.2٪) من مجمل الذكور غير المشتركين، في حين بلغت نسبة الإناث المشتركات بموقع (الفيس بوك) من هذه الفئة (39.8٪) من مجمل نسبة الإناث المشتركات، مقابل (32.3٪) من مجمل الإناث غير المشتركات.

أما الجدول رقم (25) فيوضح الموقف من تخطيط الأسرة للقيام برحلة؛ ذلك أن نسبة من يرافقوا أسرهم في الرحلات ويسعدون بمرافقة أسرهم؛ بلغت نسبة الذكور المشتركين منهم (50.6٪) من مجمل نسبة الذكور المشتركين، قابل هذه النسبة (37.9٪) من مجمل الذكور غير المشتركين، في حين بلغت نسبة الإناث المشتركات من هذه الفئة (51.6٪) من مجمل نسبة الإناث المشتركات، مقابل (60.0٪) من مجمل الإناث غير المشتركات.

وبالنسبة لمن يرافقون أسرهم في الرحلات لكن بدون أن يستمتعوا؛ فقد بلغت نسبة الذكور المشتركين منهم (12.7٪) من مجمل نسبة الذكور المشتركين، قابل هذه النسبة (18.9٪) من مجمل الذكور غير المشتركين، في حين بلغت نسبة الإناث المشتركات بموقع (الفيس بوك) من هذه الفئة (16.1٪) من مجمل نسبة الإناث المشتركات، مقابل (21.5٪) من مجمل الإناث غير المشتركات.

أما من يفضل ممارسة نشاط خاص فيه وعدم مرافقة الأسرة من الذكور المشتركين بلغت (24.0٪) من مجمل نسبة الذكور المشتركين، وبلغت النسبة المقابلة من مجمل الذكور غير المشتركين (21.6٪)، في حين بلغت نسبة الإناث المشتركات من هذه الفئة (20.2٪) من مجمل نسبة الإناث المشتركات، وقابلتها نسبة (10.8٪) من مجمل الإناث غير المشتركات.

في حين أن من لا يهمهم أمر تخطيط الأسرة للرحلات؛ فقد بلغت هذه النسبة لدى الذكور المشتركين (12.7٪) من مجمل نسبة الذكور المشتركين، قابل هذه النسبة (21.6٪) من مجمل الذكور غير المشتركين، في حين بلغت نسبة

الإناث المشتركات بموقع الفيس من هذه الفئة (12.1٪) من مجمل نسبة الإناث المشتركات، مقابل (7.7٪) من مجمل الإناث غير المشتركات.

والجدول رقم (26) يوضح أن من يحبون مرافقة أسرهم في زيارة الأقارب؛ بلغت نسبة الذكور المشتركين منهم (48.4٪) من مجمل نسبة الذكور المشتركين، قابل هذه النسبة (40.6٪) من مجمل الذكور غير المشتركين، في حين بلغت نسبة الإناث المشتركات من هذه الفئة (48.4٪) من مجمل نسبة الإناث المشتركات، مقابل (63.1٪) من مجمل الإناث غير المشتركات.

وبالنسبة لمن يرافقون أسرهم في زيارة الأقارب مضطرين بدون أن يستمتعوا؛ فقد بلغت نسبة الذكور المشتركين منهم (22.8٪) من مجمل نسبة الذكور المشتركين، قابل هذه النسبة (10.8٪) من مجمل الذكور غير المشتركين، في حين بلغت نسبة الإناث المشتركات من هذه الفئة (22.6٪) من مجمل نسبة الإناث المشتركات، مقابل (20.0٪) من مجمل الإناث غير المشتركات.

أما من لا يرافقون أسرهم في زيارة الأقارب من الذكور المشتركين فقد بلغت (20.3٪) من مجمل نسبة الذكور المشتركين، وبلغت النسبة المقابلة من مجمل الذكور غير المشتركين (18.9٪)، في حين بلغت نسبة الإناث المشتركات من هذه الفئة (13.7٪) من مجمل نسبة الإناث المشتركات، وقابلتها نسبة (4.6٪) من مجمل الإناث غير المشتركات.

ومن لا تهمهم زيارات الأقارب التي تقوم بها أسرهم؛ فقد بلغت هذه النسبة لدى الذكور المشتركين (24.0٪) من مجمل نسبة الذكور المشتركين، قابل هذه النسبة (29.7٪) من مجمل الذكور غير المشتركين، في حين بلغت نسبة الإناث المشتركات من هذه الفئة (15.3٪) من مجمل نسبة الإناث المشتركات، مقابل (12.3٪) من مجمل الإناث غير المشتركات.



المبحث الخامس

مناقشة نتائج الدراسة

يتضمن هذا المبحث عرضا لمناقشة النتائج التي توصلت إليها الدراسة. والتوصيات التي خرجت بها.

النتائج التي توصلت إليها الدراسة

اولا؛ مناقشة النتائج المتعلقة بالإجابة على السؤال الفرعي الأول للدراسة: "ما نسبة المشتركين في موقع (الفيس بوك) من الشباب؟"

أظهرت نتائج التحليل الإحصائي التي تمت، أن نسبة الشباب الأردني الذي لديه اشتراك في (الفيس بوك) تبلغ (73.4)٪ من مجمل الشباب الأردني.

ويمكن اعتبار هذه النسبة عالية نسبيا، إذا ما قيست بنسبة متصفحي الإنترنت بالمملكة والبالغة (27.2٪) من كافة الشرائح العمرية في المملكة، ذلك أنه من المسلم به أن ليس كل مشترك في الإنترنت لديه اشتراك على موقع (الفيس بوك)، وبالتالي ووفقا للربط بين المعطيات الثلاثة الآتية، يستشف أن معظم مشتركي الإنترنت في المملكة هم من فئة الشباب، وتتمثل هذه المعطيات، بما يلي:

1. تحتل نسبة الاشتراك في موقع (الفيس بوك) (73.4٪) من مجمل شريحة عمرية محددة (الشباب).
2. تبلغ نسبة الاشتراك بالإنترنت في الأردن (27.2٪) من كافة شرائح المجتمع.
3. (الفيس بوك) هو الموقع الأكثر تصفحا في الأردن.

إن اجتماع تلك العناصر يؤكد أن الشباب هم الشريحة العمرية المؤثرة والأكثر تصفحا للإنترنت في المملكة، ذلك أنه عندما تكون نسبة التصفح في الإنترنت ومن جميع الشرائح العمرية غير عالية، ثم يجعل اشتراك ثلاثة أرباع إحدى الشرائح الممثلة لمرحلة عمرية معينة في المملكة بموقع إلكتروني هو الموقع الأكثر استخداما في المملكة، هذا بالتأكيد سيعني أن تلك الشريحة هي الشريحة الفاعلة في الإنترنت ككل، وبالتأكيد فإن فاعلية هذه المجموعة ستكون في هذا الجانب بسبب كثرة عددها النسبية إلى مجمل أعداد المستخدمين للإنترنت.

وعن تعليل سبب هذا الإقبال الكبير من فئة الشباب على الاشتراك في موقع (الفيس بوك)، فإنه يمكن لنظرية الاستخدامات والإشباعات أن تقدم تفسيرا منطقيا لحجم هذا الإقبال، فيبدو أن استخدام موقع (الفيس بوك) من قبل الشباب، يشبع عندهم حاجات متنوعة، لعل أهمها:

1. الحاجة الاجتماعية؛ إن موقع (الفيس بوك) كموقع اجتماعي، يقدم للشاب نوعا من الإشباع الاجتماعي، ذلك أن الشاب وخصوصا في بداية مرحلة الشباب، يكون بحاجة ماسة لأن يبدأ حياته الاجتماعية بالتواصل كراشد مع باقي أعضاء المجتمع، لكن الذي يحدث غالبا أن المجتمع لا يلبي له هذا التعامل (كراشد)، فهو مازال يراه صغيرا غضا، فيجد الشاب في استخدامه موقع (الفيس بوك) إشباعا لهذه الحاجة التي قد لا يحصل عليها في مكان آخر.
2. الحاجة لمعرفة الجنس الآخر؛ يحتاج الفرد في مرحلة الشباب أن يبدأ في التعرف وتكوين إتصال مع الجنس الآخر، وبالنظر إلى مجتمعاتنا المحافظة فإن هذه الحاجة يصعب إشباعها لدى الشاب ضمن الأطر التقليدية للعلاقات الاجتماعية في المجتمع، فيجد أن استخدامه لموقع (الفيس بوك) يشبع هذه الحاجة عنده سواء كان هذا الإشباع كليا أو جزئيا.

3. الحاجة للمعرفة؛ يحتاج الشباب إلى المعرفة الواسعة في مختلف المجالات، موقع (الفيس بوك) قادر على تقديم الإشباع المعرفي وتزويد الشباب عموما بمعرفة متعمقة بالعالم، لما فيه من تنوع في كافة المجالات.
4. الحاجة للإشباع الفكري؛ يحقق الشاب من خلال استخدامه موقع (الفيس بوك) إشباعا فكريا عن طريق تمكنه من طرح أفكاره (الاجتماعية والسياسية والعلمية وغيرها) بدون التحفظات والمحاذير الاجتماعية والسياسية القائمة في مجتمعه خصوصا في مثل مجتمعاتنا المحافظة، والتي تعيش ضمن أنظمة غير مكتملة الديمقراطية -على أحسن تقدير- ولا تبيح حرية التعبير.
5. الحاجة إلى الترفيه والتسلية؛ فهذا المجال مفتوح أمام مستخدم الموقع.

ثانيا: مناقشة النتائج المتعلقة بالإجابة على السؤال الفرعي الثاني: "هل تختلف نسبة المشاركة بموقع (الفيس بوك) باختلاف متغير الجنس؟"

أظهرت نتائج التحليل الإحصائي التي تمت بناء على حساب التكرارات والنسب المئوية لاستجابات عينة الدراسة على مقياسها، أن نسبة الذكور في الشباب الأردني الذي لديه اشتراك في موقع (الفيس بوك) كانت أكبر من نسبة مشاركة الإناث، حيث شكل الذكور (56٪) من مجمل الشباب الأردني المشترك في (الفيس بوك)، وقابلته نسبة (44٪) عند الإناث.

وتختلف هذه النتيجة في المجتمع الأردني عما هو عليه في المجتمعات الغربية، حيث تفيد الدراسات الغربية إلى أن اتجاه اشتراك الإناث في موقع (الفيس بوك) يفوق اتجاهات الذكور للاشتراك، إذ بلغت نسبة المشاركات من الإناث في الولايات المتحدة الأمركية (56٪) من إجمالي المشاركين، وبلغت هذه النسبة في المملكة المتحدة (52٪)، لكن اتفقت نتيجة الدراسة الحالية مع نتائج الدراسات في منطقة الشرق الأوسط، حيث بلغت نسبة الإناث المشتركات بموقع (الفيس بوك) في الشرق الأوسط (37٪) فقط.

وبذلك تكون نسبة الإناث المشتركات بموقع (الفيس بوك) في الأردن والتي أظهرتها الدراسة الحالية (44٪)، قد انسجمت مع نتيجة الدراسة التي أجرتها شركة سبوت أون للعلاقات العامة عام 2010 والتي بينت أن اشتراك الإناث في موقع (الفيس بوك) في منطقة الشرق الأوسط يبلغ (37٪)، والتي يقع الأردن ضمنها، لكن وعلى الرغم من هذا الاتفاق، إلا أن اتجاه مشاركة الإناث في الأردن بموقع (الفيس بوك) كان أعلى من اتجاههن منطقة الشرق الأوسط بسبع درجات، وهو الأمر الذي يمكن أن يستنتج من خلاله أنه يمكن اعتبار مشاركة الإناث بموقع (الفيس بوك) في الأردن من النسب العالية في منطقة الشرق الأوسط.

وبالعودة إلى زيادة نسبة الإناث المشاركات بالموقع عن الذكور في الدول الغربية، فإنه يمكن تعليل هذه الزيادة بناء على طبيعة المجتمعات الغربية المتقدمة، التي يطغى عليها الجانب العملي والمنطقي، هذا من جانب، ومن جانب آخر وبالنظر إلى طبيعة المرأة التي تكون في العادة أكثر ميلا للعاطفية والرومانسية، فإن هذا النمط من الحياة العملية لا يشبع بالكامل حاجاتها العاطفية، فتسعى لسد حاجتها من الإشباع العاطفي بالاتجاه لموقع (الفيس بوك) (نظرية الاستخدامات والإشباعات).

في حين أن الوضع في مجتمعاتنا الشرقية يكون معكوسا، فعلى الرغم من أن النظرة السطحية لهذه المجتمعات الأكثر محافظة تظهر أن مساحة الحرية الممنوحة للأنثى تكون أقل عادة من المساحة لدى الذكر، إلا أن هذا أدى إلى أن تشعر الأنثى الشرقية أنها مرغوبة، ومجرد شعور الأنثى بذلك - حتى ولو لم يكن من حقها الاستجابة - فإنه يشبع مساحة كبيرة من حاجاتها العاطفية، أما الذكر الشرقي، فهو المطلوب منه في العادة البحث والسعي عن الأنثى التي غالبا ما يفشل في الوصول إليها، بالتالي فإنه وعلى الرغم من طبيعة الذكر الأكثر عقلانية والأقل عاطفية، إلا أن حاجاته العاطفية غالبا ما تبقى بدرجة

إشباع متدنية، وبالتالي يكون أكثر إقبالا على المشاركة في موقع (الفيس بوك)، الذي قد يقدم له المزيد من الإشباعات (نظرية الاستخدامات والإشباعات).

ومؤكد أنه في مجال اتجاهات مشاركة الإناث والذكور لموقع (الفيس بوك)، هنالك عوامل وأسباب أخرى متعددة (كالنواحي الاجتماعية والاقتصادية والتعليمية والعادات والتقاليد وغيرها)، إلا أنه لا يمكن إغفال أهمية الجوانب الوجدانية والعاطفية، في هذا المجال.

ثالثا: مناقشة النتائج المتعلقة بالإجابة على السؤال الفرعي الثالث للدراسة وهو: "ما مدى تعرض الشباب المشتركين في موقع (الفيس بوك) للموقع؟"

أظهرت نتائج التحليل الإحصائي التي تمت بناء على حساب التكرارات والنسب المئوية لاستجابات عينة الدراسة على مقياسها أن ما يقرب من ثلاثة أرباع المشتركين يقومون بتفقد موقع (الفيس بوك) يوميا، حيث بلغت نسبتهم (73.8٪) من مجمل المشتركين.

وبالنظر إلى دراسة Aryn Karpinski (2009) التي هدفت إلى إيجاد العلاقة بين الاشتراك بموقع (الفيس بوك) وبين التحصيل الأكاديمي لطلبة الجامعات، بينت إحدى نتائجها أن (65٪) من المشتركين في موقع (الفيس بوك) يتفقدون رصيدهم يوميا، فاعتبرتها نسبة عالية للغاية، ومن خلال هذه النقطة تحديدا، يمكن الحكم بوضوح أكبر على ارتفاع هذه النسبة بين الشباب الأردني، إذ تزيد هذه النسبة في الدراسة الحالية عن النسبة التي اعتبرتها الدراسة السابقة عالية بنحو تسع درجات.

كما وجدت الدراسة الحالية أن أكثر من نصف الذين يتصفحون موقعهم يوميا (56.7٪) يمضون ساعتين أو أكثر في تصفح الموقع، وأن (27.4٪) يمضون أكثر من ثلاث ساعات يوميا، ومؤكد أن تلك نسب تعرض عالية

للغاية، وهذا ما تتفق فيه الدراسة الحالية مع دراسة Madeline Schwartz (2010)، التي وجدت أن إفراط المراهقين وقضائهم فترات زمنية طويلة في التواجد على موقع (الفيس بوك) بات يحرمهم من فرصة الكشف عن ذاتهم، وهي الخاصية التي يجب أن تنمو وتتكامل في مرحلة المراهقة والشباب للمساهمة في بناء شخصياتهم بشكل متكامل، الأمر الذي يؤثر سلبا على مقومات بناء التنمية في المجتمع والدولة.

ولعل أحد أهم الأسباب التي تقف خلف ارتفاع نسب تعرض الشباب الأردني لموقع (الفيس بوك)، ما ورد خلال استعراض سمات وخصائص الموقع، في مدى جاذبية الموقع وسهولة استعماله وتنوع خدماته المتاحة وهذا ينطبق على مشتركي الأردن وجميع المشتركين في مختلف دول العالم، هذا من جانب، ومن جانب آخر؛ ووفقا لنظرية الاستخدامات والإشباعات فإن ارتفاع نسب التعرض للموقع تعود إلى أنه وعلى الرغم من التطور الذي يعيشه المجتمع الأردني، إلا أنه لازال يعتبر أكثر محدودية وأقل تنوعا من المجتمعات الغربية التي تزخر بالخيارات المتاحة أمام الشباب لتمضية أوقاتهم في جوانب متعددة، سواء كانت في مجالات الترفيه والتسلية، أو الجوانب العلمية والثقافية، أو غيرها، وهذه المحدودية النسبية في الخيارت أمام الشباب الأردني، تجعلهم وهم الذين يتميزون -وفقا لمرحلتهم العمرية- بحب الاكتشاف والمغامرة، يشبعون حاجاتهم إلى إيجاد التنوع عن طريق قضاء أوقات طويلة على موقع (الفيس بوك) الذي يكاد يشكل عالما قائما بذاته من حيث التنوع.

كذلك فإن مساحة حرية التعبير أمام الشباب في مجتمعاتنا تعتبر محدودة نسبيا، وهذه المحدودية تشمل جوانب عدة؛ فإنه لا يقبل من الشاب التعبير بحرية عن أرائه -خصوصا إذا خالفت ما قبلت به هذه المجتمعات- إزاء السياسة أو العادات أو القيم أو الأمور الدينية وغيرها، وبوجود (الفيس بوك)

الذي يتيح له مساحة الحرية المفقودة منه، يصبح هذا الموقع المنبر الذي يرى نفسه فيه حتى قبل أن يراه الآخرون، فيزيد التصاقه فيه ولا يعود راغبا في الخروج منه.

وتقدم كذلك دراسة Jason Soon (2010) تفسيرا إضافيا لزيادة تعرض الشباب لموقع (الفيس بوك)، حيث بحثت هذه الدراسة السابقة في مستوى ضغط القرناء على الفرد، ومساهمتهم الضاغطة في زيادة مستوى اشتراك طلاب الكليات والمعاهد في مبتكرات الاتصال الجديد، حيث استخدمت البيانات التي تم جمعها عن الطلبة غير المتخرجين من جامعة "نورث إيسترن" لمعرفة الضغوط التي تعرضوا لها من أقرانهم وجعلتهم يشتركون في موقع (الفيس بوك)، لاختبار نظرية جديدة في "الإذعان المجتمعي"، حيث خلصت إلى أن (الفيس بوك) بشكله الراهن كموقع اجتماعي تفاعلي يؤدي إلى ضمور حرية الفرد في الاختيار، لتصبح خياراته متأثرة بضغوط المجتمع الإلكتروني والرفقاء.

رابعا: مناقشة النتائج المتعلقة بالإجابة على السؤال الفرعي الرابع للدراسة: "ما إدراك المشتركين في موقع (الفيس بوك) لتأثيره على حياتهم؟"

أظهرت نتائج التحليل الإحصائي التي تمت بناء على حساب التكرارات والنسب المئوية لاستجابات عينة الدراسة على مقياسها أن أكثر من نصف الشباب المشترك بموقع (الفيس بوك) (57.4٪) يعتقدون أن اشتراكهم بالموقع قلل من الوقت الذي يقضونه مع أسرهم، وعلى الرغم من إدراك هذه النسبة الكبيرة بأن اشتراكهم بالموقع قد قلل من الوقت الذي يقضونه مع أسرهم، إلا أنهم لا يحاولون التخفيف أو إحداث إجراء يحول أو يقلل من ذلك، وخير دليل على ذلك ارتفاع نسب التعرض للموقع.

وبذات الوقت، يرى (45.6٪) من المشتركين في موقع (الفيس بوك) أنه في المجمل أثر على حياتهم إيجابيا، الأمر الذي يتناقض بشكل أو بآخر مع

النسبة المرتفعة السابقة (57.4٪) والمتعلقة بتسبب اشتراكهم في الموقع بالتقليل من الوقت الذي يقضونه مع أسرهم، وهذا التناقض يشير بشكل أو بآخر إلى عدم عمق في إدراك تأثير الاشتراك في الموقع عليهم. وما يزيد من مبررات هذا التفسير أن نسبة (14.2٪) لم يستطيعوا أن يحددوا فيما إذا كان اشتراكهم في الموقع أثر أو لم يؤثر على حياتهم.

خامسا: مناقشة النتائج المتعلقة بالإجابة على السؤال الفرعي الخامس للدراسة: "ما اتجاهات الشباب المشتركين وغير المشتركين في موقع (الفيس بوك) نحو العلاقات الأسرية؟"

أظهرت نتائج التحليل الإحصائي التي تمت بناء على حساب التكرارات والنسب المئوية، وحساب فروق النسب المئوية لاستجابات عينة الدراسة على مقياسها أن اتجاه الشباب المشتركين بموقع (الفيس بوك) للتواصل والتفاعل مع أسرهم كان أقل من اتجاه الشباب غير المشتركين.

ولتوضيح ملامح هذا التراجع بشكل أكثر دقة، قامت الباحثة بمناقشة النتائج بناء على تقسيم الاتجاهات نحو الأسرة إلى قسمين، هما:

1. التواصل مع الأسرة من خلال الحوار والأحاديث.
2. التفاعل مع أنشطة الأسرة.

1. مناقشة اتجاهات الشباب نحو العلاقات الأسرية من جانب "التواصل مع الأسرة من خلال الحوار والأحاديث": (ثلاث فقرات)

أ. الفقرة الأولى؛ المتعلقة بالاتجاه للخوض بأحاديث مع الأسرة:

حيث زادت اتجاهات المشتركين بالموقع عن غير المشتركين بدرجتين بالنسبة لمن لا يخوضون بأحاديث مع أسرهم، وزادت اتجاهات المشتركين الذين يتحدثون لأقل من ساعة يوميا مع الأسرة أو أحد أعضائها بقدر (8.8)

درجات، في حين أن اتجاهات المشتركين تساوت تقريبا مع اتجاهات غير المشتركين عند من يخوضون بأحاديث مع الأسرة لساعة وأقل من ساعتين، وتراجعت اتجاهات المشاركين عن غير المشاركين حينما زاد التفاعل، أي عند الإجابة على خيار من يخوض لساعتين وأكثر في الأحاديث مع الأسرة، حيث قلت اتجاهات المشاركين عن غير المشاركين بمقدار (10.4) درجة، وبالتالي فقد بلغ مجموع درجات تراجع الاتجاهات في التواصل مع الأسرة خلال هذه الفقرة بمقدار (12.4) درجة.

ب. الفقرة الثانية؛ المتعلقة بالاتجاه للتحدث مع الأسرة عن الهوايات والأمور المحببة:

تبين أن اتجاهات أغلب المشاركين في موقع (الفيس بوك) تتجه إلى تفضيل التحدث عن هواياتهم والأشياء التي يحبونها لأصدقائهم على الموقع، بينما كان معظم غير المشتركين يفضلون الإخوة للتحدث معهم عن الهوايات، ولوحظ أن اتجاهات من يحدث الوالدين عن هواياته انخفضت لدى المشتركين عن غير المشتركين بمقدار (2.2) درجة، لكن الانخفاض الواضح والأكبر كان مع الإخوة، حيث قلت اتجاهات المشتركين الذين يتحدثون عن هواياتهم مع إخوتهم عن غير المشتركين بمقدار (21.8) درجة، أي أن اتجاه التواصل مع الأسرة خلال هذه الفقرة قد تراجع لدى المشتركين بموقع (الفيس بوك) عن غير المشتركين بمقدار (24) درجة، وهذا تفاوت ملحوظ وكبير للغاية.

ج. الفقرة الثالثة؛ المتعلقة بالاتجاه للتحدث مع الأسرة عن المشاكل اليومية والمواقف الحياتية:

وبالنسبة للشخص المفضل للتحدث معه عن المشاكل اليومية والمواقف الحياتية فقد انخفضت اتجاهات المشتركين عن غير المشتركين الذين يفضلون التحدث عن مشاكلهم لأحد الأبوين إلى (16.5) درجة، وعن الإخوة

انخفضت الاتجاهات لدى المشتركين إلى (11.9) درجة، أي أن تراجع اتجاهات التواصل بالحديث مع الأسرة عن المشاكل الحياتية تراجع لدى المشتركين بمقدار (28.4) درجة.

2. مناقشة اتجاهات الشباب نحو العلاقات الأسرية من جانب "التفاعل مع أنشطة الأسرة" : (فقرتين)

أ. الفقرة الأولي ؛المتعلقة بالاتجاه للتفاعل مع الأسرة في النشاطات الترويحية:

أظهرت النتائج أن التفاعل والمشاركة مع الأسرة في النشاطات الترويحية، قد تراجعت اتجاهاته لدى المشتركين قي موقع (الفيس بوك) بمقدار (9.14) درجة عن غير المشتركين.

ب. الفقرة الثانية؛ المتعلقة بالاتجاه للتفاعل مع الأسرة في النشاطات الاجتماعية:

تبين أن الاتجاهات للتفاعل والمشاركة في نشاطات الأسرة الاجتماعية قد تراجعت أيضا عند المشتركين بموقع (الفيس بوك)، حيث تراجعت اتجاهات المشاركة والتفاعل مع الأسرة في الزيارات العائلية لدى المشتركين بمقدار (17) درجة عن غير المشتركين.

3. مناقشة عامة لاتجاهات الشباب نحو العلاقات الأسرية:

لقد اتفقت الدراسة الحالية مع جميع الدراسات السابقة التي بحثت في جوانب مختلفة لتأثير موقع (الفيس بوك) على مشتركيه، حيث وجدت الدراسة الحالية أن المشاركة في هذا الموقع يغير من اتجاهات الشباب نحو العلاقات الأسرية ويقلل التواصل والتفاعل معها.

فقد تبين من خلال حساب المتوسط الحسابي للفروقات بين المشتركين وغير المشتركين في اتجاهاتهم نحو الأسرة، أن الاتجاه للتواصل مع الأسرة من خلال الأحاديث والحوار تراجع عند المشتركين بموقع (الفيس بوك) بقدر (21.6) درجة، وتراجعت اتجاهات التفاعل مع أنشطة الأسرة لدى المشتركين بمتوسط حسابي قدره (16) درجة.

من هنا وجدت الدراسة الحالية أن المشاركة في موقع (الفيس بوك) أثر بشكل ملحوظ على اتجاهات الشباب نحو العلاقات الأسرية، إذ قلل من درجات التواصل والتفاعل مع الأسرة، ولعل أخطر ما في هذا التراجع هو نسبة التراجع في التواصل مع الإخوة في التحدث عن الهوايات والتي بلغت (21.8) درجة، حيث يتضح أن اشتراك الشاب في الموقع يشبع لديه الحاجة إلى التواصل مع دائرة الأقران في المجتمع الحقيقي، وبالطبع فإن الإخوة يقعون ضمن هذه الدائرة، الأمر الذي قد يؤدي إلى تباعد الإخوة وتقليص العلاقة بينهم، بما ينبئ بتفكك الأواصل الأسرية، على اعتبار أن روابط الإخوة هي التي تمثل الامتداد المستقبلي لروابط الأسرة، خصوصا عندما يتزوج الأبناء ويتوفى الوالدان.

سادسا: مناقشة النتائج المتعلقة بالإجابة على السؤال الفرعي السادس للدراسة: "هل هناك فروق في اتجاهات الشباب المشتركين بموقع (الفيس بوك) نحو علاقاتهم الأسرية باختلاف متغير الجنس؟"

أظهرت نتائج التحليل الإحصائي التي تمت بناء على حساب التكرارات والنسب المئوية، وحساب فروق النسب المئوية لاستجابات عينة الدراسة على مقياسها أن هنالك فروقا في اتجاهات الشباب المشتركين بموقع (الفيس بوك) نحو علاقاتهم الأسرية باختلاف متغير الجنس.

1. **مناقشة فروق اتجاهات الشباب نحو العلاقات الأسرية باختلاف الجنس من جانب "التواصل مع الأسرة من خلال الحوار والأحايث": (ثلاث فقرات)**

أ. الفقرة الأولى؛ المتعلقة بالاتجاه للخوض بأحاديث مع الأسرة:

تبين أن هنالك فروقا واضحة في اتجاهات الشباب نحو العلاقات الأسرية بناء على اختلاف الجنس، حيث تراجعت نسب الخوض في أحاديث مع الأسرة لدى كل من الذكور والإناث المشتركين بموقع (الفيس بوك) عن غير

المشتركين من الذكور والإناث، لكن درجة التراجع عند المشتركين تفاوتت بين الذكور والإناث، حيث انخفضت نسبة خوض الأحاديث مع الأسرة لدى المشاركين الذكور عن غير المشاركين من الذكور بمقدار(7.8) درجة، في حين بلغ قدر التراجع في ذلك عند الإناث المشتركات عن غير المشتركات مقدار (22.2) درجة.

ومن جانب آخر وحول نفس الفقرة المتعلقة بالاتجاه للخوض بالحديث مع الأسرة، فقد تم حساب التباين بين استجابات الإناث والذكور المشاركين، والتباين والفروق بين استجابات الإناث والذكور غير المشاركين، ثم تم حساب الفرق بين مجاميع التباينين، لتظهر فروق الاتجاهات بين الجنسين بشكل محدد، (وقد تم اعتماد هذه الحسبة في هذه الفقرة وبكل الفقرات المشابهة اللاحقة)، وبالطبع فإنه كلما كان الفرق قليلا تكون فروق الاتجاه قليلة، والعكس صحيح، أما إذا كان الفرق بين مجاميع التباينين صفرا، فهذ يدل على انعدام وجود فروق في الاتجاهات باختلاف الجنس، حيث تبين أن مجموع التباين بين استجابات الذكور والإناث المشتركين بلغ (37.4) درجة، في حين بلغ مجموع التباين بين الذكور والإناث غير المشتركين (74.2) درجة، وبهذا يكون تباين الاتجاهات نحو العلاقات الأسرية باختلاف الجنس حول هذه الفقرة هو (36.8) درجة.

وهذا مؤشر على أنه؛ وإن اتفق الجنسان من المشتركين بموقع (الفيس بوك) في نفس الاتجاه نحو تراجع التواصل مع الأسرة عبر الخوض في الأحاديث مع أفرادها، إلا أن درجة الاتجاه كانت متفاوتة بشكل واضح بينهما، وكانت اتجاهات الإناث الأكثر تأثرا.

ب. الفقرة الثانية؛ المتعلقة بالاتجاه للتحدث مع الأسرة عن الهوايات والأمور المحببة:

فيما يتعلق بالشخص المفضل للتحدث معه عن الهوايات والأمور المحببة، فقد تراجعت اتجاهات التحدث مع الأسرة عن الهوايات لدى كل من الذكور والإناث المشتركين بموقع (الفيس بوك) عن غير المشتركين من الذكور والإناث، لكن درجة التراجع عند الجنسين من المشتركين تفاوتت، حيث انخفضت اتجاهات التحدث عن الهوايات والأشياء المحببة مع الأسرة لدى المشاركين الذكور عن غير المشاركين من الذكور بمقدار (12.7) درجة، في حين بلغ قدر التراجع في تلك الاتجاهات عند الإناث المشتركات عن غير المشتركات (18.7) درجة.

ومن جانب آخر وحول نفس الفقرة المتعلقة بالاتجاه للحديث عن الهوايات والأمور المحببة مع الأسرة، تبين أن التباين بين استجابات الذكور والإناث المشتركين في موقع (الفيس بوك) بلغ (16.7) درجة، في حين بلغ التباين بين الذكور والإناث غير المشتركين (48.7) درجة، وبهذا تكون فروق الاتجاهات نحو العلاقات الأسرية باختلاف الجنس حول هذه الفقرة هي (32) درجة، وهذا أيضا مؤشر على فروق كبيرة في درجة الاتجاه بين الجنسين.

لكن لوحظ في هذه الفقرة أنه وعلى الرغم من تراجع التواصل من خلال التحدث عن الهوايات عند الإناث المشتركات في مجمله، إلا أنهن سجلن اتجاها أعلى للتواصل ضمن جزئية التحدث عن الهوايات لأحد الوالدين عن مثيلاتهن من غير المشتركات، إذ بلغت درجة ارتفاع اتجاهات الفتيات المشتركات اللاتي يتحدثن مع أحد والديهن عن هواياتهن والأمور التي يحببنها (7.9) درجة، ولعل تعليل هذه الزيادة في الاتجاه للتواصل بهذه الجزئية تحديدا يكون مردها إلى زيادة شعور الإناث المشتركات بموقع (الفيس بوك) بثقتهن بأنفسهن وبقدراتهن، وبالتالي شعورهن بالرغبة في ممارسة أمر لم يكن متيسرا أمامهن في الماضي، ذلك أن الأبوين في مجتمعاتنا الشرقية كانا يتعاملان في أغلب الأحيان مع الإناث من منطلق إعدادهن لتحمل مسؤوليات الزواج

وتكوين أسرة والعناية بالمهام المنزلية وتربية الأولاد، وضمن هذا الإطار كان لابد أن يكون التحدث عن هوايات الإناث بأضيق الأطر، وربما ضمن تلك الأطر يكون هنالك اعتقاد بأن التحاور مع الأنثى في مثل هذه القضايا، قد يفسدها ويحول دون إعدادها الصحيح للمهمة الأهم التي تنتظرها، وبالتالي فإن الأنثى عندما تدخل مجتمع (الفيس بوك)، وتعبر عن رأيها، وتتنقل بين صفحاته المختلفة بحرية، باتت تشعر أكثر بذاتها، الأمر الذي إنعكس على الواقع، إذ أصبحت تشعر أن لها الحق في التعبير عن ذاتها وما تحبه وتكرهه، وبالتالي زاد عندها الاتجاه للتواصل مع والديها في هذا الجانب، وخير دليل على ذلك هو تراجع الاتجاه للتواصل مع الإخوة والأخوات في التحدث عن الهوايات من قبل المشتركات بمقدار (28.4) درجة، ذلك أن المنفذ الوحيد تقريبا الذي كان متاحا لها للتحدث عن نفسها هو الإخوة، وخصوصا الأخوات، أي أن تعليل زيادة الاتجاه للتواصل مع الأبوين في التحدث عن الهوايات جاء حبا في خوض تجربة لم تكن متاحة أمامها.

على العموم، وحول هذه الفقرة؛ تبين أن الجنسين من المشتركين بموقع (الفيس بوك) اتفقا في نفس الاتجاه نحو تراجع التواصل مع الأسرة عبر الخوض في الأحاديث مع أفرادها عموما عن الهوايات والأمور المحببة، إلا أن درجة الاتجاهات كانت متفاوتة بشكل واضح بينهما، وكانت الإناث الأكثر تأثرا من الذكور على الرغم من جزئية زيادة التواصل مع الأبوين في التحدث عن الهوايات لدى الإناث المشتركات كما ذكر آنفا.

ج. الفقرة الثالثة؛ المتعلقة بالاتجاه للتحدث مع الأسرة عن المشاكل اليومية والمواقف الحياتية:

وعن الشخص المفضل التحدث معه عن المشاكل اليومية والمواقف الحياتية فقد تراجعت اتجاهات التحدث مع الأسرة عن المشاكل اليومية لدى كل من الذكور والإناث المشتركين بموقع (الفيس بوك) عن غير المشتركين من الذكور

والإناث، لكن درجة التراجع عند المشتركين تفاوتت بين الذكور والإناث، حيث انخفضت نسبة التحدث عن المشاكل اليومية مع الأسرة لدى المشاركين الذكور عن غير المشاركين من الذكور بمقدار (21.4) درجة، في حين بلغ قدر التراجع في ذلك عند الإناث المشتركات عن غير المشتركات (28.4) درجة.

ومن جانب آخر وحول نفس الفقرة المتعلقة بالاتجاه للحديث عن المشاكل اليومية مع الأسرة، تبين ان التباين بين استجابات الذكور والإناث المشتركين في موقع (الفيس بوك) بلغ (17.5) درجة، في حين بلغ التباين بين الذكور والإناث غير المشتركين (36.4) درجة، وبهذا تكون فروق الاتجاهات نحو العلاقات الأسرية باختلاف الجنس حول هذه الفقرة هي (18.9) درجة.

وهذا مؤشر على اتفقاق الجنسين من المشتركين بموقع (الفيس بوك) في نفس الاتجاه نحو تراجع التواصل مع الأسرة عبر الخوض في الأحاديث عن المشاكل اليومية مع أفرادها، إلا أن درجة نسب الاتجاه كانت متفاوتة بشكل واضح بينهما، وكانت الإناث الأكثر تأثرا من الذكور.

2. مناقشة اتجاهات الشباب نحو العلاقات الأسرية من جانب "التفاعل مع أنشطة الأسرة":

أ. الفقرة الأولي ؛المتعلقة بالاتجاه للتفاعل مع الأسرة في النشاطات الترويحية:

أظهرت النتائج أن اتجاهات التفاعل والمشاركة مع الأسرة في النشطات الترويحية، قد زادت لدى الذكور المشتركين بموقع (الفيس بوك) بمقدار (4.1) درجة عن غير المشتركين من الذكور، في الوقت الذي تراجعت فيه اتجاهات التفاعل عند الإناث المشتركات بقدر (23.2) درجة عن الإناث غير المشتركات.

وحول نفس الفقرة المتعلقة بالاتجاهات للتفاعل والمشاركة بالأنشطة الترويحية مع الأسرة، تبين ان التباين بين استجابات الذكور والإناث المشتركين في موقع (الفيس بوك) بلغ (8.8) درجة، في حين بلغ التباين بين الذكور

والإناث غير المشتركين (49.4) درجة، وبهذا تكون فروق الاتجاهات نحو العلاقات الأسرية باختلاف الجنس حول هذه الفقرة هي (40.6) درجة.

وبالتالي يتضح اختلاف وجهة اتجاهات الجنسين من المشتركين بموقع (الفيس بوك) في الاتجاه نحو التفاعل مع الأسرة في الأنشطة الترويحية للأسرة، كما تفاوتت بشكل واضح كذلك درجة الاتجاهات نحو التفاعل مع الأسرة في أنشطتها الترويحية، وكانت الإناث الأكثر تأثرا من الذكور.

ب. الفقرة الثانية؛ المتعلقة باتجاه التفاعل مع الأسرة في النشاطات الاجتماعية:

لقد تبين أن اتجاهات التفاعل والمشاركة في نشاطات الأسرة الاجتماعية، قد زادت لدى الذكور المشتركين بموقع (الفيس بوك) بمقدار (2.9) درجة عن غير المشتركين من الذكور، في الوقت الذي تراجعت فيه اتجاهات التفاعل عند الإناث المشتركات بقدر (26.8) درجة عن الإناث غير المشتركات.

وحول نفس الفقرة المتعلقة بالتفاعل والمشاركة بالأنشطة الاجتماعية مع الأسرة، تبين ان التباين بين استجابات الذكور والإناث المشتركين في موقع (الفيس بوك) بلغ (30.9) درجة، في حين بلغ التباين بين الذكور والإناث غير المشتركين (63.4) درجة، وبهذا تكون فروق الاتجاهات نحو العلاقات الأسرية باختلاف الجنس حول هذه الفقرة هي (35.5) درجة.

وبهذا يتضح أن الجنسين من المشتركين بموقع (الفيس بوك) اختلفا في وجهة ودرجة الاتجاه نحو التفاعل مع الأسرة في الأنشطة الترويحية للأسرة، وكانت اتجاهات الإناث الأكثر تغيرا من الذكور.

كذلك من النتائج اللافتة أن الذكور المشتركين سجلوا تراجعا في التفاعل مع الأسرة في جوانب التواصل عبر الأحاديث عن مثيليهم من غير المشتركين، لكنهم سجلوا تفاعلا أكثر مع الأسرة في جوانب التفاعل بالأنشطة الأسرية عن غير المشتركين، وربما يعود سبب الزيادة الطفيفة على درجة التفاعل في

الأنشطة الأسرية، إلى محبة أن يطبقوا بعض ما يعيشونه في موقع (الفيس بوك) على أرض الواقع، إذ لم تتراجع اتجاهات تفاعلهم بالأنشطة الأسرية خارج أبواب المنزل، أما داخله، فتراجعت اتجاهاتهم في التواصل مع الأسرة.

وعند إجراء مقارنة بين ما خلصت إليه الدراسات السابقة وما خلصت إليه الدراسة الحالية، والتي بينت أن الإناث المشتركات في الموقع أكثر تأثرا من الذكور، تكون الدراسة الحالية اختلفت مع دراسة إيمان الشمايلة (2006) التي خلصت إلى أن درجة تأثير الإنترنت كانت في جميع المجالات أكبر عند الذكور عن درجته عند الإناث، وربما يعود سبب الاختلاف إلى الفاصل الزمني الكبير نسبيا بين الدراستين، كما اختلفت مع دراسة Aryn Karpinski (2009) التي لم تجد اختلافا في تأثير الاشتراك في موقع (الفيس بوك) بناء على الجنس، حيث كان التأثير متساو بين الإناث والذكور، وقد يعود سبب الاختلاف إلى اختلاف بين ما قاسته الدراستين، حيث تدرس الدراسة الحالية الاتجاهات نحو العلاقات الأسرية (وهو موضوع متسع ومتشعب) بينما درست الدراسة السابقة تأثير المشاركة في (الفيس بوك) على التحصيل الأكاديمي (وهو موضوع بالغ التحديد)، واختلفت الدراسة الحالية أيضا مع دراسة National College of Ireland (2010)، التي خلصت إلى أن جنس المشتركين (ذكورا أو إناثا) لا يؤثر في طبيعة التفاعل مع (الفيس بوك) في مجال إنغماس الإيرلنديين في الإعلام والإعلان على موقع (الفيس بوك)، واتفقت الدراسة الحالية مع دراسة حلمي ساري (2008) التي خلصت إلى أن تأثير الإنترنت في الإناث كان أكثر من الذكور في العلاقات الاجتماعية.

ويمكن تعليل سبب هذه النتيجة بأن طبيعة المجتمعات الشرقية تعطي الذكر مساحة أكبر من الحرية التي تتيح له الخروج لفترات أطول من الأنثى، وتجدها أكثر تقبلا لقيامه بنشاطات متعددة خارج حدود الأسرة، وبالتالي يكون تواصله وتفاعلة أقل -عادة- من الأنثى، هذا الأمر يجعل من تراجع اتجاهاته

نحو الأسره يكون أقل حدة، فهذه الاتجاهات ليست بقوة اتجاهات التواصل والتفاعل لدى الأنثى، ذلك أن درجة التصاق وتفاعل الأنثى القوي مع أسرتها يعطيها مجالا أوسع للتراجع في حجم التواصل نتيجة لكبر حجمه.

الفصل السادس

التوصيـــــات



الفصل السادس

التوصيات

بناء على ما اتضح من إقبال الشباب العربي الكبير للمشاركة في موقع (الفيس بوك)، ووجود (الفيس بوك) كأمر واقع في حياتهم، وظهور مدى تأثير هذا الموقع في تشكيل أفكارهم واتجاهلتهم وثقافاتهم، فإنه لا بد من النظر إلى بعض الجوانب، كمحاولة لتدعيم الجوانب الإيجابة لهذا الإشتراك وتقليص الجوانب السلبية الناتجة من جراء هذه المشاركة ما أمكن، لذا فإنني أوصي بما يلي:

1. تثقيف النشئ بأهمية إدارة الوقت في حياتهم، وتوضيح الآثار الخطيرة الناجمة عن إهمال توزيع اهتماماتهم على جميع النشاطات الحياتية المطلوبة منهم.
2. التوعية بإمكانية حدوث إدمان على الإنترنت أو موقع (الفيس بوك)، وزيادة كفاءة الأطباء النفسيين في بلداننا، لعلاج هذا النوع من الإدمان عن طريق عقد المؤتمرات الطبية المتخصصة في هذا الجانب، وإقامة دورات تدريبية وتشجيع الأطباء على إجراء البحوث الطبية المتعلقة بالموضوع.
3. إجراء المزيد من الدراسات العربية المتعلقة بآثار الإعلام الجديد، والوصول إلى تعاون تكاملي بين بحوث أكاديميي الإعلام لكشف تأثير هذه الوسائل على الفرد والمجتمع، من جانب، وبحوث أكاديميي علم النفس وعلم الاجتماع لتفسير أسباب هذه الظواهر والتنبؤ بتأثيراتها الآنية والمستقبلية على الفرد والمجتمع من جانب آخر.

4. تطوير نظريات ونماذج إعلامية، أو إيجاد نظريات إعلامية حديثة تفسر وتتماشى مع التطور الذي شهده الإعلام في عصر ثورة التكنولوجيا والمعلومات.

5. تنمية الروح النقدية لدى النشئ منذ الصغر، عبر المناهج المدرسية والنشاطات اللامنهجية، لتمكين الشباب من تمييز مستويات الجودة والحكم الذاتي لمقاصد المواد الإعلامية التي يتعرضون لها، في عصر انعدمت فيه - تقريبا - الرقابة الرسمية أو الاجتماعية أو حتى الأسرية على المواد الإعلامية المتاحة.

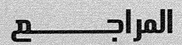
6. تثقيف النشئ بمفاهيم الموضوعية والحيادية والأخلاقيات الإعلامية، فبزمانهم أصبح كل شخص - بغض النظر عن تخصصه - معرضا أن يمارس دور الصحفي عندما يعرض الأحداث ويصفها ويعلق عليها في المواقع الاجتماعية والإنترنت بشكل عام.

7. توفير نشاطات وطنية دائمة ومتاحة ومتنوعة من قبل المؤسسات الرسمية والمجتمعية الخاصة يتم إشراك الشباب فيها بطرق فاعلة تتناسب مع طاقاتهم وتلبي احتياجاتهم وتدعم ثقتهم بأنفسهم وتتيح أمامهم فرص الإنتاجية لمجتمعاتهم، وتقضي بالتالي على أوقات الفراغ الطويلة التي يعيشها شبابنا.

8. إعادة النظر في الخطاب الموجه للشباب، فلم يعد مقبولا في هذا العصر مخاطبة الشباب عاموديا، بأسلوب الإملاء والتوجيه المباشر، فمخاطبة الشباب يجب أن تكون أفقية قائمة على التفاعل معهم وإشراكهم بهذا الخطاب، وإعطاءهم مساحة الحرية التي يحتاجوها لطرح قضاياهم وأفكارهم، واحترامها.

9. اختيار القنوات المناسبة لمخاطبة الشباب، بعد دراسة وتحديد القنوات الإتصالية التي يتعامل معها هذا القطاع.





قائمة المراجع العربية

قائمة الدراسات العربية

قائمة المراجع الأجنبية

قائمة الدراسات الأجنبية

قائمة المراجع العربية

- إبراهيم، سعد الدين وآخرون (1998). التنمية العربية. ط1، بيروت: مركز دراسات الوحدة العربية.
- إبراهيم، سعد الدين وآخرون (1998). مستقبل الأمة العربية. ط1، بيروت: مركز دراسات الوحدة العربية.
- أبو زيد، محمد (2007). "فيس بوك.. وكالة أنباء دولية محورها.. أنت". جريدة الشرق الأوسط. ع 10512، 9 سبتمبر.
- أبو العينين، تامر (2009). "بعض مواقع الإنترنت باتت مصدرا للمعلومات تلجأ إليه أجهزة المخابرات والشركات". 6/7، برن ، سويسرا، نقلا عن الجزيرة نت. (on-line) available

http://www.aljazeera.net/NR/exeres/E0BC98D7-5AEF-44FC-9656-126C4672BE41.htm

- أحمد، سهير كامل (1999). سيكولوجية نمو الطفل، الإسكندرية: مركز الإسكندرية للكتاب.
- أحمد، عبدالله فرغلي (2003)، منظومة المراكز التربوية. القاهرة.
- آدم، محمد سلامة (1980). "مفهوم الاتجاه في علم النفس الاجتماعي: محاولة لتعريف إجرائي". المجلة الاجتماعية القومية، المركز القومي للبحوث الاجتماعية والجنائية، المجلد 17، العدد1، القاهرة: جمهورية مصر العربية.
- بدير، كريمان (2004). رعاية الطفل من الجنين حتى العامين. القاهرة : عالم الكتب للنشر والتوزيع.

- بركات، وجدي محمد وحسن، محمد منصور (2008). "نحو إستراتيجية عربية لمواجهة تأثير الإعلام المعاصر على الأسرة والشباب". مؤتمر الأسرة والشباب في دول المجلس الأعلى للأسرة. مجلس التعاون الخليجي، للفترة من 22-24 يناير، جامعة الشارقة، دولة الإمارات العربية المتحدة.
- البريدي، عبد الله (2010). "الإنسوب إمبريالية التفنية وخضوع الإنسان"، المجاهد الأسبوعي، العدد رقم2617، من 28 سبتمبر إلى 05 أكتوبر، الجزائر.
- البوابة العربية للأخبار التقنية (2010). إنتشار (الفيس بوك) يتفوق على إنتشار الصحف في الشرق الأوسط.

on-line, available: http://www.aitnews.com/news/12841.html
- بيومي، محمد أحمد وناصر، عفاف عبد العليم (2005). علم الاجتماع العائلي. الإسكندرية : دار المعرفة الجامعية.
- تركي، مصطفى أحمد (1974). الرعاية الوالدية وعلاقتها بشخصية الأبناء. القاهرة: دار النهضة العربية.
- تريزاويب، مارى (2004). العلاج المعرفي السلوكي للمدمنين وأسرهم. (ترجمة إيهاب الخراط). القاهرة: وزارة الصحة.
- الجبلي، موفق هاشم (2000). الاضطرابات النفسية عند الأطفال والمراهقين. ط2، بيروت : مؤسسة الرسالة للطباعة والنشر.
- الجزيرة الفضائية (2010). عصر الشبكات الاجتماعية. برنامج في العمق. تاريخ الحلقة 19/ 4/ 2010.
- الجزيرة (15/ 3/ 2011)، الطريق إلى 25 يناير. الفضائية، برنامج تحت المجهر.
- الجزيرة نت (30/ 6/ 2009). فيسبوك.. تواصل بعجره وبجره. - (on-line) available:

http://www.aljazeera.net/NR/exeres/CE0B3C20-44B3-4182-A8F7-D2BAD41E236E.htm

- الجزيرة نت (2010)، نصف مليار يستخدمون (فيس بوك). متاح- في:
http://www.aljazeera.net/NR/exeres/18A9999C-31CA4409-8077-D526AA47A048.htm

-جلال، سعد (1985). القياس النفسي: المقاييس والاختبارات. القاهرة: دار الفكر العربي.

- حافظ، صلاح الدين (1997). "قراءة المستقبل"، صحيفة الخليج، العدد يناير 3546، الشارقة، دولة الإمارات العربية المتحدة.

- حجازي، عزت (1985). الشباب العربي ومشكلاته. الكويت: دار المعرفة.

- حسام عبد ربه (2009). "شبكة العنكبوت هل ستخنق الإنسان". مجلة المعرفة، ع70، المملكة العربية السعودية.

- الحسن، إحسان محمد (2005). علم الاجتماع التربوي. القاهرة: دار أوائل للنشر والتوزيع.

- حسن، محمد (1980). علاقة الوالدين بالطفل وأثره في جنوح الأحداث. القاهرة: المكتبة الانجلو مصرية.

- حلمي، منيرة أحمد (1965). مشكلات الفتاة المراهقة وحاجاتها الإرشادية. القاهرة: دار النهضة العربية.

- حمادة، بسيوني إبراهيم (2001) حرية الإعلام الإلكتروني الدولي وسيادة الدولة. (دراسة). مركز الدراسات وبحوث الدول النامية، كلية الاقتصاد والعلوم السياسية، جامعة القاهرة، مصر.

- الخولي، سناء (1972). الزواج والعلاقات الأسرية. بيروت: الدار المتحدة للنشر.

- الداخلي، رحاب (2009). "إنترنت الاتصال" في محمد، محمد سيد (محرر)، وسائل الإعلام من المنادي إلى الإنترنت. ط1. دار الفكر العربي.

- دائرة الإحصاءات العامة. العدد المقدر لسكان المملكة، وتوزيعهم على المحافظات حسب الجنس وفئة العمر في نهاية 2010.
- الدراب، مازن (2010). مواقع الشبكات الاجتماعية وطريقة عملها. (on-line). available:
http://knol.google.com/k/mazen-aldarrab
- الدليمي، عبد الرزاق محمد (2010). الإعلام الجديد والصحافة الإلكترونية. عمان: دار وائل للنشر.
- رضوان، رأفت (2007). "الهوية العربية في عصر المعلومات". ندوة الاستخدام الأمثل لتكنولوجيا الاتصالات الحديثة لوضعها في خدمة الأسرة العربية، المجلس القومي للطفولة والأمومة بالتعاون مع جامعة الدول العربية، القاهرة، جمهورية مصر العربية.
- الريماوي، محمد عودة (1998). في علم نفس الطفل. عمان: دار الشروق للنشر والتوزيع.
- زايد، أحمد (2003). عولمة الحداثة وتفكيك الثقافات الوطنية. عالم الفكر، المجلد 3، يوليو-سبتمبر.
- زهران، حامد عبد السلام (1984). علم النفس الاجتماعي. ط5، القاهرة: عالم الكتب.
- زياني، فاطمة (2005). "من مظاهر التفكك العائلي". مجلة العلوم الاجتماعية والإنسانية، العدد13، باتنة: جامعة الحاج الخضر.
- السفاسفة، محمد إبراهيم (2003). الإرشاد والتوجيه النفسي والتربوي، الكويت: مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع.
- سميسم، حميدة (2005). نظرية الرأي العام. القاهرة: الدار الثقافية للنشر.
- سويف، مصطفى (1970). الأسس النفسية للتكامل الاجتماعي: دراسة ارتقائية تحليلية. ط3، القاهرة : دار المعارف.



- السيد محمد، على الدين (1988). "دور الأسرة في رعاية الناقهين من إدمان المخدرات". المؤتمر العربي الأول لمواجهة مشكلات الإدمان "الوقاية - العلاج - المتابعة. من 13-16 سبتمبر، جامعة الدول العربية ، القاهرة، جمهورية مصر العربية.
- السيد، عبد الحليم محمود (1979). علم النفس الاجتماعي والإعلام: المفاهيم الأساسية. القاهرة: دار الثقافة للطباعة والنشر.
- شمت، خالد (2010). "اتهام (فيس بوك) بانتهاك الخصوصيات". 15 إبريل، برلين، ألمانيا. نقلا عن الجزيرة نت. :(on-line) available
http://www.aljazeera.net/NR/exeres/76E43EFB-AD67-43BB-BA64-046543CC5311.htm
- الشلان، عبد الله (2004). موسوعة الأسرة. ج1، الكويت: مؤسسة الكويت للتقدم العلمي.
- الشهري، فايز(2008). "الشبكات الاجتماعية لم تعد للمراهقين". جريدة الرياض. 7Dec، الرياض. المملكة العربية السعودية.
- صالح، سليمان (2005). أخلاقيات الإعلام. الكويت: مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع.
- صالح، سليمان (2008). الإعلام والاتصال في المجتمعات الماصرة - نظرية جديدة للعلاقة بين الإعلام والمجتمع. الكويت: مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع.
- عبد الحميد، محمد (2000). البحث العلمي في الدراسات الإعلامية. القاهرة: دار الفكر العربي.
- عبد الحميد، محمد (2004). نظريات الإعلام واتجاهات التأثير. ط3، القاهرة: دار الفكر العربي.
- عبد الرحمن، سعد (1967). أسس القياس النفسي الاجتماعي. القاهرة: مكتبة القاهرة الحديثة.

- عبد القادر، محمود (1975). التوافق النفسي والاجتماعي للشباب الكويتي ومشكلاته. الكويت: رابطة الاجتماعيين.
- عبد الله، رشا (2010). "مواقع الشبكات الاجتماعية الالكترونية بين الخصوصية والحرية". ضمن كتاب الثقافة العربية في ظل وسائط الاتصال الحديثة، كتاب العربي، ع81، وزارة الإعلام، دولة الكويت.
- العبد، نهى عاطف (2005) أطفالنا والقنوات الفضائية. الأكاديمية الدولية لعلوم الإعلام. دراسة ميدانية . القاهرة.
- العصيل، عبد الرحمن (2001). "العرب وتكنولوجيا الاتصال تحدي الثورة المعلوماتية"، مجلة الاقتصاد الخليجي، العدد 97، مارس ?أبريل.
- عقلة، محمد (1989). نظام الأسرة في الإسلام. ط2، عمان: مكتبة الرسالة الحديثة.
- علام، صلاح الدين محمود (2002). القياس والتقويم التربوي والنفسي: أساسياته وتطبيقاته وتوجهاته المعاصرة. القاهرة: دار الفكر العربي.
- عوض، عباس محمود (1988). في علم النفس الاجتماعي. الإسكندرية: دار المعرفة الجامعية.
- عياد، مواهب إبراهيم (1997). إرشاد الطفل وتوجيهه في الأسرة ودور الحضانة. الإسكندرية: منشأة المعارف.
- الغسلان، ياسر (2011). "مسؤولية الشبكات الاجتماعية". (ورقة عمل)، ندوة المنتدى العربي الثاني للإعلام الاجتماعي الرقمي في الثامن من مايو. وزارة الثقافة والإعلام وشركة ثنك اوت. الرياض، المملكة العربية السعودية.
- غيث، محمد عاطف (1992). قاموس علم الاجتماع. الإسكندرية: دار المعرفة الجامعية.
- الفراح، عثمان (1982). الصحة النفسية للأسرة. القاهرة: دار الكتاب الجامعي.



- الفقي، إسماعيل (1991). مقياس الاتجاهات نحو السلام والحرب: بحوث المؤتمر السابع لعلم النفس في مصر. القاهرة: الجمعية المصرية للدراسات النفسية.
- الفندي، عبد السلام عطوة (2003). تربية الطفل في الإسلام: أطوارها، وآثارها، وثمارها. ط1، بيروت: دار ابن حزم.
- فهمي، أماني (1997). "دوافع استخدام المرأة المصرية لقنوات التلفزيون الدولية". المجلة المصرية لبحوث الإعلام. العدد الثاني. القاهرة.
- قاسم، أنس محمد (1998). أطفال بلا أسر. الإسكندرية: مركز الإسكندرية للكتاب.
- القنطار، فايز (1990). الأمومة "نمو العلاقة بين الأم والطفل". الكويت: مؤسسة السلسلة.
- الكامل، فرج (2001). بحوث الإعلام والرأي العام، تصميمها واجراؤها وتحليلها. القاهرة: دار النشر للجامعات.
- كفالي، علاء الدين (2006). الإرتقاء النفسي للمراهق. القاهرة: دار المعرفة الجامعية.
- كنعان، أحمد (1998). الشباب ومشكلات النمو السكاني. دورية بناة الأجيال. العدد 25، كانون الثاني. دمشق. مؤسسة الوحدة للصحافة والطباعة والنشر ـ
- اللبان، شريف درويش (2009). "تأثير (الفيس بوك) والمدونات علي الإعلام المكتوب"، والمسموع، ومدي إمكانية اعتباره إعلاما بديلا)."ورقة عمل)، ندوة (الفيس بوك) بين المشاركة الواقعية والإفتراضية 7 يوليو. برنامج المجتمع المدني في مركز الدراسات بالأهرام بالاشتراك مع مؤسسة فردريش إيبرت. القاهرة، جمهورية مصر العربية.
- اللبان، شريف درويش وعبد المقصود، هشام عطية (2008). مقدمة في أساليب البحث الإعلامي. ط1، القاهرة: الدار العربية للنشر والتوزيع.



- ليلة، علي (2009). "المشاركة الإلكترونية وقيم المشاركة الاجتماعية" (ورقة عمل)، ندوة (الفيس بوك) بين المشاركة الواقعية والإفتراضية 7 يوليو. برنامج المجتمع المدني في مركز الدراسات بالأهرام بالاشتراك مع مؤسسة فردريش إيبرت. القاهرة، جمهورية مصر العربية.
- ماكبرايد، شون وآخرون (1981). أصوات متعددة وعالم واحد، الاتصال والمجتمع اليوم وغدا، تقرير اللجنة الدولية لدراسة مشكلات الاتصال. الجزائر: الشركة الوطنية للنشر والتوزيع.
- مؤمن، داليا (2004). الأسرة والعلاج الأسرى. القاهرة: دار السحاب للنشر والتوزيع.
- محمد، محمد علي (1985). الشباب العربي والتغير الاجتماعي. بيروت: دار النهضة العربية.
- مختار، جمال (2008). حقيقة (الفيس بوك).. عدو أم صديق؟. ط1، القاهرة: دار جمال مختار للنشر.
- مختار، وفيق صفوت (2004). الأسرة وأساليب تربية الطفل. القاهرة : دار العلم للنشر والتوزيع.
- مرعي، إبراهيم بيومي (2007). نظريات الممارسة في طريقة خدمة الجماعة. مكتبة الإيمان: القاهرة.
- مركز الرسالة (2007). تربية الطفل في الإسلام. ط1، إيران، مدينة قم: مركز الرسالة.
- المشيخي، محمد بن عوض (2008). الإعلام في الخليج العربي ?واقعة ومستقبله. دولة الإمارات العربية المتحدة: مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع.
- المعايطة، عبد العزيز عطا الله (2011). اتجاهات حديثة في البحث العلمي. الكويت: مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع.
- المعداوي، طارق (2006). "مهارات الحوار بين أولياء الأمور وأبنائهم". (محاضرة). / 2006، الجمعية البحرينية لأولياء أمور المعوقين، 16/ 5، المنامة، مملكة البحرين.

- معوض، خليل ميخائيل (د.ت). مشكلات المراهقين في المدن والريف: السلطة والطموح. القاهرة: دار المعارف.
- مكاوي، حسن عماد و الشريف، سامي (2000). نظريات الإعلام. القاهرة: مركز جامعة القاهرة للتعليم المفتوح.
- مكاوي، حسن عماد (1997). تكنولوجيا الاتصال الحديثة في عصر المعلومات. ط2، القاهرة: الدار المصرية اللبنانية.
- مكي، ثروت (2005). الإعلام والسياسة: وسائل الاتصال والمشاركة السياسية. الإسكندرية: عالم الكتب.
- ملفين، ل و ديفليير، ساندرا بول (2002). نظريات وسائل الإعلام. (ترجمة كمال عبد الرؤوف). القاهرة: الدار الدولية للإستثمارات الثقافية.
- منصور، عبد الحميد سيد أحمد والشربيني، زكريا أحمد (2001). موسوعة تنمية الطفل. ج1، القاهرة: دار قباء للنشر والتوزيع.
- منصور، عصام ويوسف، يعقوب ملا (2011). النشر الإلكتروني في المكتبات ومراكز المعلومات ?مفاهيم نظرية وتطبيقات عملية. الكويت: مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع.
- ناشيماز، دافيد (2004). طرائق البحث في العلوم الاجتماعية. ترجمة ليلى الطويل، دمشق، سوريا: بترا للنشر والتوزيع.
- نجاتي، محمد عثمان (1974). المدنية الحديثة وتسامح الوالدين. ط2، القاهرة: دار النهضة العربية.
- ندوة أسباب ونتائج ثورة الشعب التونسي وانعكاساتها على الساحة العربية (2011). المركز العربي لأبحاث ودراسة السياسات، الدوحة، قطر.
- نصر، حسني محمد (2003). الإنترنت والإعلام - الصحافة الإلكترونية. دولة الإمارات العربية المتحدة: مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع.
- النعامي، صالح (2010). "قدرة إسرائيل المستفزة على تجنيد العملاء". الجزيرة نت، المعرفة، 11/ 5. (on-line) available:

http://www.aljazeera.net/NR/exeres/23FE3060-F321-49F7-B5A7-9426640B4884.htm

- الورداني، يوسف (2009). "دراسة حالة لمجموعة شباب "6" إبريل ورقة عمل)، ندوة (الفيس بوك) بين المشاركة الواقعية والإفتراضية 7 يوليو. برنامج المجتمع المدني في مركز الدراسات بالأهرام بالاشتراك مع مؤسسة فردريش إيبرت. القاهرة، جمهورية مصر العربية.
- الوشمي، عبدالله (2011). جيل (الفيس بوك) وتويتر لا وصاية عليه.. ونبض الشباب هنا. (لقاء صحفي)، الرسالة، ملحق لصحيفة المدينة، العدد 17593، تاريخ 24 / 06/ 2011، المدينة المنورة، المملكة العربية السعودية.
- وصفي، عاطف (1971). الأنثروبولوجيا الثقافية. بيروت: دار النهضة العربية.

قائمة الدراسات العربية

- حامد، عبد الرحمن (1999). مدى وعي الشباب الجامعي بأدوارهم الاجتماعية. رسالة ماجستير. جامعة أم القرى. مكة.
- ساري، حلمي خضر (2008)، "تأثير الاتصال عبر الإنترنت في العلاقات الاجتماعية: دراسة ميدانية في المجتمع القطري"، مجلة جامعة دمشق، المجلد 24، العدد الأول+الثاني.
- شاهين، هبة (2000)، استخدام الجمهور المصري للقنوات الفضائية العربية / دراسة تحليلية ميدانية. (رسالة دكتوراه غير منشورة). كلية الإعلام، جامعة القاهرة، مصر.
- الشمايلة، إيمان أمين (2006)، مقياس الآثار الاجتماعية لاستعمال طلبة الجامعات الأردنية لشبكة الإنترنت، (رسالة ماجستير غير منشورة)، جامعة مؤتة، الكرك، المملكة الأردنية الهاشمية.
- عادل، أمينة وعبد العال، هبة (2009). "الشبكات الاجتماعية وتأثيرها على الأخصائي والمكتبة". (دراسة)، المؤتمر الثالث عشر لأخصائي المكتبات والمعلومات في مصر، تحت عنوان المكتبة والمجتمع في مصر ما بين 0-7يوليو، جامعة حلون، جمهورية مصر العربية.
- العتيبي، بدر والضبع، ثناء وإبراهيم، عبدالحميد صفوت (2009). العولمة الثقافية وأثرها على هوية الشباب السعودي وقيمهم وسبل المحافظة عليها. دراسة ممولة من مدينة الملك عبدالعزيز للعلوم والتقنية. الرياض. المملكة العربية السعودية.

- عمار، حلمي و أبو زيد، عبد الباقي (2002). تكنولوجيا الاتصال وآثارها الاجتماعية. (دراسة)، جامعة المنوفية وجامعة جنب الوادي، جمهورية مصر العربية.
- العيد، زيدان (2004-2005). المعاش النفسي لدى الطفل المسعف (دراسة لمذكرة ليسانس)، جامعة وهران، الجمهورية الجزائرية الديموقراطية الشعبية.

- القاضي، سماح (2009). تلفزيون الواقع ونشر الثقافة الإستهلاكية. (رسالة ماجستير غير منشورة). جامعة الشرق الأوسط. عمان. الأردن.
- القحطاني، ربيع بن طاحوس (2003). أنماط التنشئة الأسرية للأحداث المتعاطين للمخدرات. (رسالة ماجستير غير منشورة)، أكاديمية نايف العربية للعلوم الأمنية، كلية الدراسات العليا، قسم العلوم الاجتماعية، الرياض، المملكة العربية السعودية.
- المهداوي، فارس حسن (2007). "صحافة الإنترنت: دراسة تحليلية للصحف الإلكترونية المرتبطة بالفضائيات الإخبارية". (رسالة ماجستير غير منشورة)، الأكاديمية العربية المفتوحة، الدنمارك.

قائمة المراجع الأجنبية

* Carlson, Nicholas (2010). "At Last -- The Full Story Of How Facebook Was Founded". Business Insider. Mar. 5, 2010. (On-line). Available: http://www.businessinsider.com/how-facebook-was-founded-2010-3#

* Cohen,E. (2009). Five clues that you are addicted to Facebook. CNN Health. (on-line), available: http://edition.cnn.com/2009/HEALTH/04/23/ep.facebook.addict/index.html

* Coon,D and Mitterer,J (2007). Introduction to Psychology: Gate ways mind and behavior.Wadworth.United States.

* eBizMBA. (0n-line). available: http://www.ebizmba.com/articles/social-networking-websites

* Ellison, N., & Lampe, C. (2008). Social capital, self-esteem, and use of on-line social network sites: A longitudinal analysis. Journal of Applied Developmental Psychology, 29, 434-445. Retrieved January 25, 2009.

* Facebook.com. (2009). Timeline. In Facebook: About. Retrieved February 28, 2009, (on-line) available: http://www.facebook.com/press/info.php?timeline

* Facebook?s Privacy Policy. (on-line) available: http://www.facebook.com/policy.php

* Internet World Stats. (on-line). Available: http://www.internetworldstats.com/list2.htm

* Internet World Stats. (on-line). available:
http://www.internetworldstats.com/me/jo.htm

* Kelly, Spencer (2008). Identity 'at risk' on Facebook. BBC NWES. 1 May. UK.

* Lewis, K., Kaufman, J., & Christakis, N. (2008). The taste for privacy: An analysis of College student privacy settings in an online social network. Journal of Computer- Mediated Communication, 14(1), 79-100. Retrieved December 11, 2008, from http://www3.interscience.wiley.com.

* Mcquail, Denis (2000). Mass communication Theory : an introduction. London: Sage Publications.

* Orgnet.com. (on-line), available: http://www.orgnet.com/sna.html

* Peterson, Chris (2006)."Who's Reading Your Facebook?". The Virginia Informer Fep.13, The College of William and Mary. USA.

* Rampell, Catherine (2008).?What Facebook Knows That You Don't?. The Washington Post. February 23, USA.

* Ramssastry, Anita (2008). ?On Facebook Forever? Why the Networking Site was Right to Change its Deletion Policies?. FindLaw. Feb. 29, UK.

* Roper, Eric (2005). ?Employers, marketers and parents accessing Facebook database?. The GW HatchetNews. Issue: 11/14/05, (An Independent Student Newspaper), Washington University, USA.

* Watson, James (1998). Media Communication. Hong Kong: Macmillan Press.

* Werner, Sevrin and James , W. (1992). Communication Theories :Origins , methods and uses in the media, New York: Hastings House Publishers.

* United Nations Development Programme International Development Research Center (1994). Sustainable Development Network, Canada: March.

* Wikipedia. (on-line), available:
http://ar.wikipedia.org/wiki/
%D8%A5%D9%86%D8%AA%D8%B1%D9%86%D8%AA

* Windhal, G. (1981). Uses and Gratification at the crossroad Mass Communication Revie. USA: Sage publication.

* Winge, Sara (2006). Controversy about our "Web 2.0" service mark. Oreilly radar. (on-line), available:
http://radar.oreilly.com/archives/2006/05/controversy-about-our-web-20-s.html

قائمة الدراسات الأجنبية

* Boyd,Danah m. and Ellison, Nicole B.(2008). Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship. University of California-Berkeley. California, USA. Å

* Jones, Harvey and Soltren, Jos (2005). Facebook: Threats to Privacy. (study), Massachusetts Institute of Technology. USA.

* Karpinski, Aryn (2009). The academic impact of the Facebook, (study), Ohio State University: UAS.

* Laine, m. (2010). Effects of Group Categories on the Structure of Online Social Networks, (master Thesis), the Graduate Faculty of the University of Kansas, UAS.

* National College of Ireland (2010). Face the Facts An eye-tracking study investigating how Irish users engage with advertising and media on Facebook, Ireland.

* Schwartz, M. (2010). The Usage of Facebook as It Relates to Narcissism, Self-Esteem and Loneliness, (doctor dissertation), Department of Psychology, Pace University, UAS.

* Simmons, L.C. (2009). Common sense, social networks and the workplace: the generational divide explored, (master Thesis), Georgetown University, Washington, UAS.

* Soon, J. (2010). Did Facebook Absorb Freewill?, (master Thesis), The Rochester Institute of Technology, Department of Communication, College of Liberal Arts, UAS.

* United Nations(2009). Population and Development Report: Youth in ESCWA region, a study of Conditions and Implications for Policies. 4th Issue New York.

الملاحـــق



ملحق رقم (1)

استمارة استقصاء أولية

(لا داعي لذكر الإسم، لطفا)

أخي الشاب، أختي الشابة

تحية طيبة،،

إجاباتكم بدقة على السؤالين التاليين ستساعدان الباحثة على تحديد موضوع الدراسة التي تنوي القيام بها بدقة، حول المواقع الإلكترونية وتأثيرها على اتجاهات الشباب.

تفضلوا بقبول فائق التقدير

- ما هو الموقع الإلكتروني المفضل لك؟ ....
- ما هو أكثر موقع إلكتروني تقوم بتصفحه؟ ....

ملحق رقم (2)

استمارة استقصاء بعد عرضها على المحكمين واعتمادها

استمارة استبانة

أخي الشاب، أختي الشابة:

تقوم الباحثة بإعداد دراسة لنيل درجة الماجستير في الإعلام تحت عنوان "علاقة المشاركة بموقع الفيس بوك باتجاهات الشباب نحو العلاقات الأسرية".

أرجو التكرم بالإجابة على الأسئلة الواردة في الإستبانة وذلك لخدمة أغراض البحث العلمي، علما بأن المعلومات التي ستقدموها ستعامل بسرية كاملة، وتأكيدا على ذلك لن يطلب منكم ذكر الأسماء.

يرجى التعبير عن رأيكم الخاص إنطلاقا من الواقع الذي تعيشونه، وبموضوعية تامة، والأمل كبير بأن يكون تعاونكم مثمرا لصالح البحث العلمي.

- تتم الإجابة بوضع إشارة في المربع المقابل لخياركم المناسب.
- ممكن أن تبدأ الإجابة على الإستمارة إذا كنت من الفئة العمرية ما بين (١٥-٢٤) سنة.

المشرفة: الأستاذة الدكتورة حميدة سميسم

الباحثة: ليلى جرار



أولا: البيانات الشخصية

1. النوع:

☐ ذكر ☐ أنثى

2. مكان السكن:

☐ العاصمة	☐ اربد	☐ الكرك
☐ البلقاء	☐ جرش	☐ الطفيلة
☐ الزرقاء	☐ عجلون	☐ معان
☐ مادبا	☐ المفرق	☐ العقبة

ثانيا: الاستبانة

1. هل لديك حساب على (الفيس بوك)؟

☐ نعم ☐ لا

(من اختار "لا" في سؤال رقم 1 عليه أن ينتقل مباشرة إلى سؤال رقم 6 وأن لا يجيب على الأسئلة من 2 – 5)

2. تتفقد حسابك على موقع (الفيس بوك)

☐ يوميا ☐ أسبوعيا

☐ شهريا ☐ مرات متباعدة (أبعد من شهر)

(السؤال 3 يجيب عليه فقط من اختار خيار (يوميا) على السؤال رقم 2)

3. ما عدد الساعات التى تقضيها تقريبا على موقع (الفيس بوك) يوميا؟

☐ أقل من ساعه ☐ ساعة - أقل من ساعتين

☐ ساعتين - أقل من ثلاث ساعات ☐ ثلاث ساعات او اكثر يوميا

4. هل ترى ان (الفيس بوك) قد قلل من الوقت الذى تقضيه مع اسرتك؟

☐ نعم، بقدر كبير ☐ نعم، إلى حد ما

☐ لا ☐ لا أعرف

5. في المجمل، تشعر أن(الفيس بوك) أثر على حياتك:

☐ إيجابيا ☐ سلبيا

☐ لم يؤثر ☐ لم ألاحظ

6. ما عدد الساعات التى تقضيها في المعدل مع احد افراد اسرتك يوميا داخل المنزل تتجاذبون اطراف الحديث سويا؟

☐ أقل من ساعة ☐ ساعه وأقل من ساعتين

☐ ساعتين او اكثر ☐ لا أخوض معهم في أحاديث

7. من أكثر من تفضل التحدث معه عن هواياتك وما تحبه أوتكرهه؟

☐ اصدقاؤك المقربون على (الفيس بوك) ☐ أحد الأبوين

☐ أحد الاخوة أو الأخوات ☐ لا أحد من المذكورين

8. من أكثر من تفضل التحدث معه عن مشاكلك اليومية او ما تتعرض له من مواقف حياتية:

☐ اصدقاؤك المقربون على (الفيس بوك) ☐ أحد الأبوين

☐ أحد الاخوة أو الأخوات ☐ لا أحد من المذكورين

9. عند قيام أسرتك بالتخطيط للقيام برحلة:

☐ تفضل ممارسة نشاط خاص فيك وعدم مرافقتهم

☐ لا تهمك مثل هذه الخطط

☐ ترافقهم عادة، لكن بدون أن تستمتع

☐ ترافقهم عادة وأنت سعيد برفقتهم

10. عند قيام أسرتك بزيارة الأقارب:

☐ تحب أن ترافقهم في هذه الزيارات

☐ ترافقهم مضطرا، دون أن تستمتع

☐ لا ترافقهم على الاطلاق

☐ لا يهمك هذا الأمر

ملحق رقم (3)

حساب العينة الممثلة لمجتمع الدراسة إحصائيا بواسطة الاستعانة بحسابه إلكترونيا عبر موقع (macorr.com)

http://www.macorr.com/ss_calculator.htm

Determine Sample Size

Confidence Level:	95%
Confidence Interval:	5 (%)
Population:	1317070
Sample Size:	384

Find Confidence Interval

Confidence Level:	95%
Sample Size:	384
Population:	1317070
Percentage:	50 (%)
Confidence Interval:	5 (%)

ملحق رقم (4)

ملخص الدراسة باللغة الإنجليزية

The Relationship between participation in Facebook and Attitudes of youths towards Family Relations

Preparation of Layla Ahmed Jarrar
Supervision by Prof. Dr. Hameeda Smeisem

This study aims at knowing the relationship between participation in Facebook and attitudes of youths towards Family Relations, given that the nature of the relationship of youth with his family is one of the most important indications of the nature of his interaction with the real society, and the fact that the family is one of the most important cornerstones of the inter-generational transmission of the cultural identity of peoples and its continuation. The study aims to know the proportion of the Jordanian youth participation in Facebook, and the proportion of this participation according to their sex (male and female), also to know the time they spend in using the site, and the extent of awareness of its impact on their lives, and learn about the attitudes of the participants towards their family relationships, and if there are differences in the attitudes according to gender.

The researcher used the descriptive approach using a survey (questionnaire) for data collection, and the study consisted of all youth aged (15-24 years) in Jordan, with the study sample size (384), young people between the ages (15-24 years), the scale of study was distributed over this sample, which was taken in accordance to the real percentage of the society study distribution throughout the Kingdom.

To calculate the results of the sample response to the study tool, both iterations and percentages were used, to be able to identify differences, where defining the attitudes differences between subscribers and non-subscribers towards family relationships played a major role to find the results of determining the attitudes of subscribers towards family relations.

The results of the study showed that the proportion of youths who have accounts in Facebook is (73.4) percent of all Jordanian youth, and the proportion of males participating in the site (56%). The proportion of female participation (44%), and nearly three quarters of participants visit the site daily (73.8%), and more than half of them (57.4%) believe that their participant had reduced the time spent with their families. (45.6%) of the participants believe that it positively affected their lives, and (14.2%) were unable to determine whether their participation in the site had impact or not on their lives.

As the total degrees of decline trends in communication with the family through engaging interviews with family members by (12.4) degrees, and trends in communication with the family through talking to members about hobbies and favorite things by (24) degrees, while communication trends fell to talk with family members about life problems by (28.4) degrees, and retreated to trends interaction and participation with family in recreational active participants by (14.9) degrees, and a decline in participation in social activities by (17) degrees, and results of Sharply, declining trends in the interaction of the participants through engaging in conversations with brothers, with a total of (21.8) degrees.

It also shows that there are clear differences in the attitudes of young people about family relationships based on gender, which dropped into directions, interviews with the family all male declined amount (7.8) degrees, and female (22.2) degrees, and the matter reiterates with directions to speak with the family on hobbies and favorite things. According to males, it was decreased by (12.7) degrees, when females by (18.7) degree, also it declined when it comes to talking about daily problems within the family when males by (21.4), when females by (28.4) degrees. Illustrated by contrast distinctly with respect to the trends towards the family based on gender in interaction via family activities, the trend towards increased interaction with recreational male participants of the amount of (4.1) degrees, while the decline in female as (23.2) degrees, and this difference with the interaction with the social activities of the family, the trend towards increased by males (2.9) degrees, when the decline in females as (26.8) degrees.

According to these results and findings the researcher recommends the following:

1. The development of adolescent critical spirit to enable them to understand media?s messages by themselves, in an era of almost-absent ? official censorship, or social, or even family kits available.

2. Educate young people to the concepts of objectivity, credibility, and media ethics, in a time where is everyone -regardless of qualifications ? can take the role of the journalist when he/she displays and describes events and comments on social media sites and the Internet in general.

3. Educating the young people of the importance of time management in their lives, and clarification of the serious consequences arising from the negligence of the distribution of interests on all life activities which are required from them.

4. Awareness of the possibility of addiction to the Internet or Facebook site, and increase the efficiency of psychiatrists to treat this type of addiction.

تنويه

استندت مادة هذا الكتاب إلى ما تضمنته رسالة ماجستير قدمتها بعنوان "علاقة المشاركة بموقع الفيس بوك باتجاهات الشباب نحو العلاقات الأسرية"، نوقشت وأقرت دون تعديلات بتاريخ 2011/7/27، في حرم جامعة الشرق الأوسط.





يسعى هذا الكتاب للإجابة على أسئلة عديدة منها:

كيف اجتذب (الفيسبوك) الشباب وجعلهم متعلقين فيه؟

ما الذي انفرد بتقديمه هذا الموقع الاجتماعي للشباب؟

لماذا التعلق بـ(الفيسبوك) تحديدا، دون سائر المواقع الإلكترونية على الإنترنت؟

وهل لهذا التعلق من تبعات؟

هل يمثل (الفيسبوك) تهديدا للأسرة العربية؟





دولة الكويت

حولي، شارع بيروت، عمارة الأطباء هاتف 1985 2264 فاكس 7784 2264 00965

ص.ب 4848 الصفاة 13049 الكويت

دولة الإمارات العربية المتحدة

العين: ص.ب 16431 هاتف 2189 766 فاكس 7901 765 3 00971

دبي: ص.ب 20438 هاتف 0618 263 فاكس 0628 263 4 00971

جمهورية مصر العربية

37 شارع النصر، امتداد رمسيس 2، مقابل وزارة المالية، مدينة نصر، القاهرة

هاتف 8143 2262 فاكس 6587 2263 02 002

Cover Designed By: Mohammad Ayyoub


ISBN 995717160-7
9789957171605
المطابع المركزية
عمان - الأردن